

گر اگر ایک ڈیزائن

ہے تو حالہ ڈپلوما کورس کے لیے

گرافک ڈیزائن



کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن

کے دو سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

گرافک ڈیزائن



مرب
زرگر ظہور

مربم
سید مرغوب احمد



قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

وزارت ترقی انسانی وسائل (حکومت ہند)

بلاک 1، آر. کے. پورم، نئی دہلی 110066

Graphic Design

Compiled by : Zargar Zahoor
Translated by : Syed Marghoob Ahmed
Project Coordinator : Dr. Md. Arshad Iqbal

© قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، نئی دہلی

سزا شاعت : جنوری، مارچ 2002 تک 1922

تعداد : 1100

قیمت : 215/-

سلسلہ مطبوعات : 980

ناشر : ڈائریکٹر قومی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، ویسٹ بلاک۔ ۱۹، آر۔ کے۔ پورم، نئی دہلی۔ 110066

طابع : مئی کمپیوٹر، دین دنیا ہاؤس، 900 جامع مسجد، دہلی۔ 6، ٹیلیفون: 3280644

پیش لفظ

خطاطی اور کتابت ہمارا اہم ورثہ ہے جس نے ماضی میں ہندوستانی ثقافت کو بہترین ذخار دیے ہیں۔ اس فن نے قبولی عام اور شہرت دوام کی کئی منزلیں طے کی ہیں اور اس کے لازوال آثار آج بھی ناظرین کو عویت میں ڈالتے ہیں۔ بدھ کے استوپ، اشوک کے ستون، قلعہ ہزار کی اونچائی اور تاج محل کے لائینی حسن، نیز راشٹریہ بھون کے درو دیوار سے لے کر ہسمی کے عظیم الشان اور جدید ترین جہاں کی آرائش تک اس فن کے لازوال نقش روشن ہیں۔ خطاطی کے فن نے روحانی اور مادی ترقی میں بھی نمایاں کردار ادا کیا ہے۔ قدیم تہذیبوں کی نشاندہی کرنے میں کتابت نے بے حد مدد کی ہے۔ اس طرح اس فن کی اہمیت مسلم ہے لیکن موجودہ دور کے ٹکنالوجیکل نظام میں اس فن کی اہمیت کم ہو گئی اور اس کا وجود خطرے میں پڑ گیا۔ رنگ و روشنائی کے استعمال، پرنٹنگ میں نئے تجربات، کمپیوٹر کی ایجاد اور کمپیوٹر میں فونٹ ڈیزائننگ (Font Designing) کی سہولیات کی وجہ سے خطاطوں اور کتابتوں کے روزگار کے مواقع میں بے حد کمی آئی کیونکہ اب اس فن کا کرشیل استعمال کم سے کم ہوتا جا رہا ہے۔

قومی اردو کونسل اردو زبان کے فروغ، ترویج و اشاعت کے علاوہ فن کتابت کی بقا اور ترقی کے لیے بھی کوشاں ہے۔ لہذا کونسل نے اس اہم ورثے کی حفاظت اور اس کی بقا کے لیے یہ فیصلہ کیا کہ اس فن کو کرشیل آرٹ سے جوڑا جائے۔ اس فیصلے کے تحت گراؤنگ ڈیزائن اور کرشیل آرٹ کی تعلیم کے فروغ کو ضروری سمجھا گیا اور ایک فیصلے کے تحت کمپیوٹر پر چھ ماہ کی کیلی گرافی اور گراؤنگ ڈیزائن کی تربیت کا آغاز کیا گیا۔ کیونکہ اس سے کتابتوں اور خطاطوں کے فن میں مزید کھسار آئے گا اور جدید تقاضوں سے ہم آہنگ ہو کر یہ فن قدیم نئے گوشوں کو روشن کرے گا۔ نیز اس فن میں اوسط درجے کی مہارت رکھنے والوں کو بھی کتابتوں کے ڈیزائنوں، اندرونی آرائش کی ممنوعات، پردوں اور برتنوں وغیرہ پر کیلی گرافی اور گراؤنگ ڈیزائن کے ذریعے روزگار کے بہتر مواقع ملیں گے۔ یہ کورس خطاطوں اور کتابتوں کو اشتہارات، پمٹنگ، طباعت، فوٹو گرافی وغیرہ کی نئی دنیا سے منسلک کرے گا اور روزگار کے نئے وسیع سامنے آئیں گے۔

قومی اردو کونسل نے عصری تقاضوں کو لبیک کہتے ہوئے کیلی گرافی یا کتابت کے فن کو جدید گراؤنگ ڈیزائن اور کمپیوٹر کے ساتھ شامل کر کے دو سالہ تربیتی کورس شروع کرنے کا فیصلہ کیا اور اس مقصد کی حصولیابی کے لیے کیلی گرافی اور گراؤنگ ڈیزائن کی ایک مانیٹرنگ کمیٹی تشکیل دی جس کی میٹنگیں وقت فوقتہ ہوتی رہیں اور کورس شروع کرنے سے متعلق اہم فیصلے لیے جاتے رہے۔ ان فیصلوں کی روشنی میں نیا نصاب تیار کیا گیا اور کیلی گرافی اور گراؤنگ ڈیزائن کے اساتذہ کو جامعہ ملیہ اسلامیہ کے فائن آرٹ کے شعبے میں سات ہفتے کی ٹریننگ بھی دلوائی گئی۔

یہ کتاب مجوزہ دو سالہ ڈپلوما کورس کے ”گراؤنگ ڈیزائن“ کے لیے ہے جسے جناب زرگر ظہور نے نئے نصاب کے

مطابق ترتیب دیا ہے۔ اس کا ترجمہ جناب سید مرثوب احمد نے کیا ہے۔ ہم ان دونوں کے ممنون ہیں۔ اس کتاب کی تیاری کے ابتدائی دنوں میں جناب انتخاب احمد نے اور بعد میں ڈاکٹر محمد ارشد اقبال نے کتاب کو پایہ تکمیل تک پہنچانے میں بڑی محنت کی۔ ہم ان کے بھی شکر گزار ہیں۔ امید ہے یہ کتاب نہ صرف گرافک ڈیزائن کے طلباء/ طالبات کی بنیادی ضروریات کو پورا کرے گی بلکہ اساتذہ فن کی بھی رہنمائی کرے گی اور قومی اردو کونسل کی دوسری کتابوں کی طرح اس کی بھی پذیرائی ہوگی۔

مذکورہ بالا موضوعات پر قومی کونسل کی یہ پہلی کوشش ہے۔ ممکن ہے اس میں کچھ کیاں رہ گئی ہوں۔ لہذا آپ کے نیک مشوروں کے لیے کونسل ممنون رہے گی۔

ڈاکٹر محمد حمید اللہ بھٹ
ڈائریکٹر

فہرست

صفحہ نمبر

- | | | |
|----|------|------------------------------|
| 7 | (1) | سامان |
| 11 | (2) | سادہ آؤٹ لائن اسکیچ |
| 12 | (3) | زیادہ مفصل اسکیچ |
| 16 | (4) | بڑی کلر |
| 18 | (5) | کمپوزیشن |
| 20 | (6) | مزید سامان |
| 22 | (7) | اولین رنگوں کا وارڈ ہونا |
| 27 | (8) | رنگ |
| 29 | (9) | کلر اسکیم حاصل کرنے کے طریقے |
| 33 | (10) | فاصلوں کا ظاہری تناسب |
| 40 | (11) | طباعت کے طریقے اور اصول |
| 43 | (12) | ٹائپ اور حروف سازی |
| 45 | (13) | ٹائپ فیس کی درجہ بندی |
| 46 | (14) | فوٹو کنڈہ کاری |
| 51 | (15) | کاغذ |
| 56 | (16) | پرنٹ فٹنگ |
| 61 | (17) | پرنٹ فٹنگ |
| 67 | (18) | آف سیٹ پرنٹنگ |
| 71 | (19) | گرے دیور پرنٹنگ |
| 74 | (20) | سلک اسکرین پرنٹنگ |
| 76 | (21) | ٹائپ اور حروف سازی |
| 80 | (22) | ڈسپلے ٹائپ اور حروف سازی |

صفحہ نمبر

82	تمثیلات / تصاویر (23)
84	کئی طرح کی خطی تمثیلات (24)
89	مسلل نون (ہاف نون) تمثیلات (25)
91	ایڈیٹنگ اور کراپنگ (26)
93	گرافک ڈیزائن کا عملی پہلو (27)
96	ڈیزائن کے بنیادی قاعدے (28)
99	رنگ (29)
104	لے آؤٹ کے اصول (30)
107	لے آؤٹ، قدم بہ قدم (31)
111	پوری طرح تیار لے آؤٹ (32)
117	اخبارات (33)
121	رسالہ / مجلہ (34)
125	ڈائریکٹ میل (35)
130	ڈائریکٹ میل (36)
133	پوسٹر (37)
135	پائٹ آف پرچیز ڈسپلے (پی۔ او۔ پی) / پائٹ آف سیل ڈسپلے (38)
137	پیکیجنگ ڈیزائن (39)
141	ٹریڈ مارک (40)
146	کتاب کا ڈیزائن (41)
152	اشتہار بازی کی تاریخ (42)

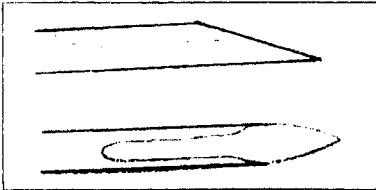
سامان (Materials)

کی تحریک ضرور ملتی ہے، اس لیے قلم کو پلاڑے۔

بہم اسی کی ضرورت کے لیے سرکنڈے کی تلاش میں کسی قریبی دریا، نہر یا تالاب پر جائیں گے۔ اب آپ نے دیکھا کہ میں نے اندرون ورق پر ایک سرکنڈے کا کھینچا ہوا نمونہ دیا ہے۔ ایسا اس لیے کیا ہے کہ آپ کو پتہ چل جائے کہ ہم کس شے کو تلاش کر رہے ہیں۔ اگر آپ کو کہیں قریب میں سرکنڈہ دستیاب نہ ہو پائے تو آپ کو جلد ہی ایسا کوئی دوست مل جائے گا جو سرکنڈوں کے قرب و جوار میں ہی رہتا ہو کیونکہ سرکنڈے عام طور پر دستیاب نہ ملنے والی شے ہوتے ہیں۔

سرکنڈوں میں تلاش کرنے پر آپ کو گزشتہ برس کا اندازہ لایا سرکنڈہ مل جائے گا جو مرچکا ہو اور جس نے دھوپ میں سوکھنے کے بعد صاف رکھتے اختیار کر لی ہو۔ کسی چاقو کی مدد سے انھیں لمبائی میں چاروںوں کے درمیان سے کاٹ لیں۔ آپ ہر قسم کے سرکنڈے مونے پتے لکھنا کر لیں۔ یہ نکلے ایسے ہی ہوں گے جیسے کہ اندرون ورق پر دکھایا گیا ہے۔ یہ ہر ایک قسم کی مناسب مونائی میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ پختہ سرکنڈوں سے ہر ایک قلم تیار کیے جاسکتے ہیں۔

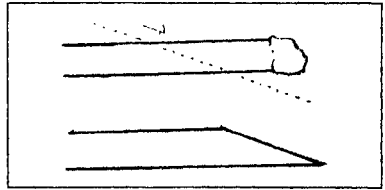
انھیں قلم کاروپ عطا کرنے کے لیے آپ کے پاس ایک تیز چاقو ہونا چاہیے۔



قلم نمبر 2

نقطہ بردار منحنی خط کی شکل میں اس سے آپ کو اوپر دکھائی گئی شکل کا قلم مل جائے گا۔ اندر کا گود (ہوشیاری سے) صاف کر لیں۔

سب سے پہلے ہمیں ایک خاص قسم کا قلم درکار ہوتا ہے جسے سرکنڈے (Reed) کا قلم کہتے ہیں۔ یہ قلم کئی وجوہات کی بنا پر عمدہ ہوتا ہے۔ یہ بہت ہی سستا ہے یعنی اس کی قیمت تقریباً نہیں کے برابر ہوتی ہے۔ یہ ہمارے لیے اتنی کارآمد ہے جتنا کسی دستکاری کے لیے کوئی اوزار۔ پھر یہ کہ ہمارا خود کا بنایا ہوا ہوتا ہے۔ یہ ایک ایسا قلم ہے جسے ہمیں دستکاری اور چاندنی سے استعمال کرنا ہوتا ہے۔ آپ جب رنگ استعمال کریں گے تو آپ کو اسے بہت زیادہ گرفت میں لینا ہو گا کیونکہ ہم سرکنڈے کے قلم سے روشنائی کے ساتھ ساتھ رنگ بھی استعمال کرنے جادے ہیں۔ مجھے پورا یقین ہے کہ کام شروع کرنے والوں کے لیے پینسل کے بجائے قلم ہی زیادہ بہتر اور مناسب ہے۔ اگر پینسل سے خطوط کھینچنے کا موقع دیا جائے تو اس خطوط سے جھجک، کمزوری اور احمادی کی کا اظہار ہوتا ہے۔ دراصل پینسل ان لوگوں کے لیے نہیں ہوتی جنہیں اس بات کا علم نہیں ہوتا کہ وہ کیا بنانا چاہتے ہیں۔ لہذا وہ اعتماد کے ساتھ کچھ نہیں بناسکتے۔ چاہے آپ پسند کریں یا نہ کریں، قلم بہر حال کاغذ پر خط کھینچنے کی مادہ ہے۔ چاہے آپ جان بوجھ کر کچھ بنانا چاہتے ہوں یا نہیں، یہ آپ کے لیے کچھ نہ کچھ بنائی ڈالتا ہے، اگر آپ قلم کو موقع دیں۔ اکثر آپ کو پتہ بھی نہیں چلتا اور یہ آپ کے لیے کچھ نہ کچھ بہتر کام انجام دے چکا ہوتا ہے۔ اگر یہ بہتر نہ بھی ہو تو بھی آپ کو اس کے ذریعہ خوب سے خوب تر



قلم نمبر 1

عمودی، جیسے کہ نقطہ بردار خط سے دکھایا گیا ہے۔ اس سے آپ کو اوپر دکھائی گئی شکل کا قلم مل جائے گا۔



Cut III



Cut IV

قد نمبر 3

قلم بنانے کے لیے تراشے ہوئے حصہ کو کسی سخت جگہ پر، تصویر میں دکھائے گئے انداز میں، قلم کی پشت پر رکھیے۔ اس سرے پر نقطہ دائر لائن کی سمت میں قلم کو دیکھیں (تراش دیجیے)۔ اب قلم تقریباً تیار ہے۔

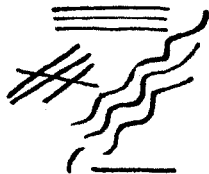
قد نمبر 4

اب قد کے بچے سے (مرکز سے) پیچھے کی جانب کو تقریباً 1/4 انچ لمبا ایک 55 ڈالے۔ اس کام کے لیے سیفٹی ریڈر بلڈ نہایت موزوں رہتا ہے۔ اب آپ کا قلم تیار ہو گیا ہے۔ تھوڑی سی مہارت کے بعد آپ یہ کام بہت جلد انجام دے لیا کریں گے۔

اب سوئے خطوط کھینچنے کے لیے کچھ قلم سوئے نرکوں سے اور ہارک خطوط کھینچنے کے لیے کچھ قلم پتلے نرکوں سے تیار کیجیے۔ آپ قلم کی نوک پر جتنی چوڑائی کا قند لگائیں گے خط کی موٹائی بھی اتنی ہی مقرر ہو جائے گی۔ اگر کسی موقع پر آپ کو خصوصی طور پر بہت زیادہ سوئے قلموں کی ضرورت پڑے تو آپ ہائس سے تیار کر سکتے ہیں۔ آپ تیز چاقو سے ان کے سرے چھیل کر انھیں حسب نشا قند تک تراش سکتے ہیں ان پر قند رکھ سکتے ہیں۔

اب معمولی قسم کی سیاہ روشنائی کی ایک شیشی اور کچھ ٹائپنگ یا رائٹنگ کاغذ خرید لیں۔ ان میں سے کچھ کاغذ تو بہت عمدہ قسم کا ہو اور کچھ معمولی نوعیت کا اور بہت سستا۔ اگر بہت چمکانا بہت زیادہ کھردرانہ ہو تو کسی بھی قسم کے کاغذ سے کام چل جائے گا۔ ٹائپنگ کے لیے استعمال کیا جانے والا کاغذ ٹھیک نہیں رہے گا۔ پکنا کارٹریج پیپر (Cartridge Paper) عمدہ تو ہوتا ہے مگر یہ کچھ مہنگا بھی ہوتا ہے۔ جب آپ اپنے قلم سے مختلف طرح کے رنگوں سے کام لیں تاکہ جانیں گے جب اس وقت یہ کاغذ سب سے عمدہ رہے گا۔ پرانے رڈی وال جیپر سستار ہتا ہے اور اس کی پشت لکھنے کے لیے استعمال کی جاسکتی ہے۔

قلم کا استعمال



(3) اگر آپ قلم کے پہلو سے کام لیں تو سوئے قند والے قلم سے بھی نہایت ہارک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔

(2) قلم کے قند کو مختلف انداز میں استعمال کر کے بڑے دلچسپ خطوط کھینچ سکتے ہیں۔

(1) جتنی موٹی انہیں (خطوط) آپ یہاں دیکھ رہے ہیں انہیں 1/8 انچ والے قلم سے کھینچا جاسکتا ہے۔



(5) باریک قند والے ان قلموں کی پشت سے اور بھی زیادہ باریک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔



(4) باریک قند والے قلم کو عمودی انداز میں استعمال کر کے باریک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔



پہلے بہت سستے کاغذوں پر کام کی شروعات کریں۔ اگر یہ خراب بھی ہو جائیں گے تو آپ کو پروا نہیں ہوگی۔ مختلف سائز والے قلموں سے کھینچتے ہوئے کام کیجئے اور دیکھیے کہ پھر کیا ہوتا ہے۔

(6) اس طرح کی کچھ الٹنی سیدھی تصویریں بنانے کی کوشش کیجئے۔ یعنی کچھ اس طرح خطوط کھینچئے کہ وہ کسی چیز کی شکل کی طرح دکھائی دینے لگیں۔ قلم کو مختلف زاویوں سے پکڑیں۔ یہ کام اس وقت تک کرتے رہیں جب تک آپ اور آپ کا قلم ایک دوسرے کو پہچاننے نہ لگیں۔

Kaayt
Kaayt
Kaayt
Kaayt
Kaayt

آپ اب اپنا نام "کا پر پلیٹ" تحریر میں سب سے بہتر انداز میں لکھیے۔ اپنا نام اس طرح لکھیں کہ جیسے آپ بڑی جگت (جلدی) میں دستخط کر رہے ہوں۔ پھر آخر میں موسے نرگل والے قلم سے لکھیے اور دیکھیے کہ نرگل کے قلم سے لکھے پر آپ کے دستخط میں کیسے جان پڑ جاتی ہے۔ اس بات کا مشاہدہ بھی کریں کہ آپ کے دستخط واضح طور پر کس طرح آپ کے بن جاتے ہیں اور کس طرح ان میں آپ کی شخصیت جھلکے لگتی ہے۔ نرگل کے قلم سے تمہارا سا کلمہ پر کیے قلموں کرنے کی کوشش کریں۔ جب آپ اس کلمے کھینچنا چاہیں تو بھی اتنی ہی لا پرواہی اور بے فکری سے کام کر کے دیکھیں جتنی بے فکری سے آپ نے دستخط کر کے دیکھا تھا۔ اس طرح آپ جو اس کلمے بناتے ہیں اس سے بھی آپ کی شخصیت کا اظہار ہوتا ہے۔

تھوڑا تھوڑا کام کیجیے۔ ذرا انک جتنی بڑی ہوتی ہے انہاری لوگوں کو
اتنی ہی دشواری درپیش آتی ہے۔ اس کتاب میں جتنی بڑی تصویریں دکھائی
گئی ہیں اسنے سازگی تصویریں بنانے سے شروعات کیجیے اور پھر جیسے جیسے آپ
میں قوت اعتماد پیدا ہوتی جائے ویسے ویسے آپ ان کا ساز بھی بڑھاتے
جائیں۔ میں نے تقریباً تمام ہی تصویریں چھوٹی بنائی ہیں اور اپنی بات کو نہایت
سادگی سے بتانے کی کوشش کی ہے۔



(Simple Outline Sketches) سادہ آؤٹ لائن اسکچ

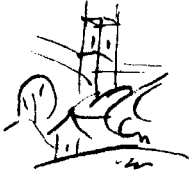


آپ اس قسم کی تصویر بنانے کی کوشش نہ کریں۔ پہلے کوئی چھوٹا سا خط بنائیں۔ اپنے قلم کو کاغذ پر دوکیں۔ پھر ایک نگاہ تصویر پر ڈالیں اور پھر ایسے ہی خطوط کھینچنے کی کوشش کریں۔ اسی طرح رفتہ رفتہ تصویر بناتے چلے جائیں تو آپ آخر کار اس قسم کی تصویر بنائیں گے۔

حالانکہ ممکن ہے کہ اس طرح آپ بہت صبح ڈرائنگ تیار کریں مگر اس طرح ڈرائنگ تیار کرنے کا یہ ایک فرسودہ طریقہ ہے۔



اس سے بہتر یہ ہے کہ آپ اپنے موضوع (Subject) پر اس وقت تک بھرپور نگاہ ڈالیں جب تک آپ یہ محسوس نہ کرنے لگیں کہ آپ نے اس کی شکل و صورت کو اچھی طرح ذہن نشین کر لیا ہے۔ پھر اس کے بعد ”سزاک“ سے اسے سمجھ ڈالیں۔



یہ تصویر اصل میں اتنی صبح نہیں بنے گی اور اسے دیکھ کر آپ شاید یہ بھی محسوس کریں کہ آپ اسے اس حد تک یاد نہیں رکھ پائے جس حد تک آپ نے اسے یاد رکھنے کی کوشش کی تھی۔ مگر یہ چھوٹی سی سادہ ڈرائنگ زیادہ ”جاندار“ اور ”ذاتی“ قرار دی جاسکتی ہے۔



اسی طرح دوسری ڈرائنگ بنانے کی کوشش کریں تو یہ پہلی والی سے کچھ بہتر بنے گی۔ اس طریقہ سے آپ پہلے ”دیکھنا“ سیکھ رہے ہیں اور اس کے بعد اسے بنانا سیکھ رہے ہیں (کہ جو کچھ آپ نے دیکھا ہے)۔ آپ کے تجربات میں اضافہ ہو تا چلا جا رہا ہے۔ اور یہی چیز ”آرت“ کی روح ہوتی ہے۔ اس طرح ایک آدھ درجن ڈرائنگیں (Drawings) تیار کرنے کے بعد آپ دیکھیں گے کہ اب اسکی زیادہ صبح اور زیادہ بہتر بننے لگے ہیں۔

زیادہ مفصل اسکیچ (More Elaborate Sketches)

عی رہا ہے۔ اور اب ہم تیسری جہت یعنی موٹائی بھی دکھانے جارہے ہیں۔ ہم اس میں ایک چیز مہرے جارہے ہیں جسے عموماً ”شڈنگ“ (Shading) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ مگر ایسا کرنے سے قلم ہم جو کچھ کہہ رہے ہیں اس کی یقین دہانی بھی کرانی چاہیے۔



پت دے۔

فوری ہی ہمیں درخت کے کچھ گہرے (تاریک) حصے نظر آنے لگتے ہیں جن سے یہ احساس پیدا ہوتا ہے کہ اس میں موٹائی بھی موجود ہے۔ حالانکہ اب یہ درخت رنگ کے اعتبار سے اتنا ہی ہلکا ہو گیا ہے جتنا آسمان، مگر اس کا پیکر اب بھی وہی ہے یعنی یہ اب بھی درخت ہی نظر آتا ہے، مگر اب اس نے اپنا رنگ گموا دیا ہے اور عام درخت کے مقابلہ اس کی اصل ٹون بھی غائب ہو گئی ہے۔ یہ اب بھی درخت ہی دکھائی دیتا ہے۔ کوئی گہرے ہرے رنگ کے پکڑے کا ٹکڑا نہیں لگتا۔ یعنی پیکر اتنی اہم چیز ہے۔

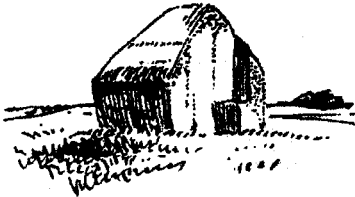
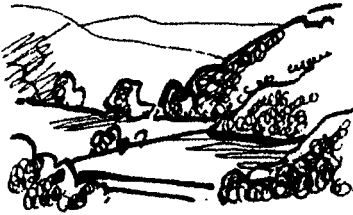
آپ نے اب تک جتنے بھی اسکیچ بنائے ہیں وہ دراصل سادہ آؤٹ لائنیں تھیں۔ آپ نے جو کچھ دیکھا اسی کی شکل بنا ڈالی۔ اگلا مرحلہ وہ ہے جب ان اشیاء کی شکل کو اور زیادہ تفصیل سے دکھایا جائے گا۔ اسے یوں بھی کہا جاسکتا ہے کہ اب تک آپ کی ڈرائنگ کا تعلق دو جہتوں (Two Dimensions) سے

(1) ایک درخت آسمان سے زیادہ گہرے رنگ کا ہوتا ہے۔ گھاس درخت سے ہلکے رنگ کی ہوتی ہے لیکن بہر حال یہ آسمان سے زیادہ گہرے رنگ کی ہوتی ہے۔ درخت اور گھاس کی ڈرائنگ بنا کر، آسمان کے مقابلہ انہیں زیادہ گہرے رنگ کے بنائیں۔ آپ یہ کہہ سکتے ہیں لیکن ہم یہاں درخت کی موٹائی یا پہاڑی کے اوپر سے گزرتے ہوئے میدان کے چچو ختم بھی دکھا رہے ہیں۔ میرا خیال ہے کہ آپ نے یہ سب کچھ نہیں کیا ہے۔ ٹون (Tone) سے واقف ہونے پر ہی آپ یہ سب کچھ کر سکتے ہیں۔ ٹون کا خیال رکھنا ضروری ہے مگر صحیح ”پیکر“ (Form) دکھانے کے لیے کچھ اور بھی کرنا ضروری ہے۔

(2) اپنے درخت کو ایک بار غور سے اور دیکھیے۔ آپ دیکھیں گے کہ درخت کے نیچے کا حصہ اور روشنی سے دور والے حصے اور بھی تاریک ہیں۔ اب اسے بھی دکھانے کی کوشش کیجیے۔ اب تیسرا ابعاد (Third Dimension) اجاگر ہو جاتی ہے۔ اب ہم نے ٹون کا استعمال کیا ہے۔ لیکن ہم ”پیکر / شکل“ بھی دکھائے ہیں۔

اب آپ کو پتہ چلے گا کہ دنیا کی بہترین ڈرائنگیں (Drawings) ”پیکر“ (Form) پر سب سے زیادہ زور دیتی ہیں؟ ٹون تصویر میں تو آسکتی ہے مگر اس کی اہمیت ثانوی حیثیت رکھتی ہے۔ میرے خیال میں آگسٹس جان (Augustus Jaun) نے ڈرائنگ کی سب سے عمدہ تعریف کی ہے۔ انھوں نے کہا تھا ”ڈرائنگ تو پیکر (Form) کی تفصیل ہوتی ہے۔“ آپ اسے ذہن نشین رکھیں تو آپ کے سب کام ٹھیک ہوتے رہیں گے۔

اب ہم اس درخت کے ساتھ کچھ مزید کاروائی کرتے ہیں۔ ہم گزارش کریں گے کہ آپ ایک دم سے ہمارے اس درخت پر مفید پلازٹر



(3) اب ہم پلاسٹر درخت (Plaster Tree) بنائیں گے، نتیجہ اطمینان بخش ہے۔ اب ہم اس درجے پر پیشان نہیں ہوتے کہ درخت آسمان سے زیادہ گہرا رنگ اختیار کر گیا ہے۔ پیکر کو زیادہ تفصیل سے بیان کرنے کے لیے بہت اچھے آرٹسٹ ایسے مقامات پر بھی شید بھرتے ہیں جہاں اصل شے میں شید موجود ہی نہ ہو۔

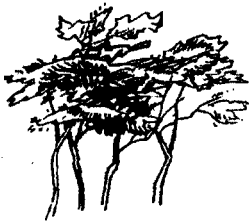
(4) کبھی کبھی ہم پیکر کی تفصیل بیان کرنے کے علاوہ نون بھی استعمال کرنا پسند کرتے ہیں تاکہ کچھ ایسے خاص اثرات کی عکاسی کر سکیں جن میں ہلکے پس منظر کے برخلاف کچھ تاریک چیزیں دکھائی گئی ہوں۔ لیکن انھیں حاصل کرنے کا سب سے بہتر طریقہ یہ ہے کہ لائنوں پر دھو دلوں (Washes) سے کام لیا جائے۔ اس کے بارے میں ہم تفصیل سے بعد میں بتائیں گے۔ یہاں ہم زیادہ تر پیکر کے بارے میں ہی سوچیں گے۔ اس طرح ہمیں جاندار اور منظر کا کچھ حاصل ہوتے ہیں۔

(5) سامنے والی تصویر کی طرح شید بھر کے، مختلف شکلوں کی تفصیل ظاہر کر کے پریشان ہونے کی ضرورت نہیں۔ سادہ خطوط سے ڈرائنگ بنا کر "پلاسٹر ایکٹ" (Plaster Act) کا تصور کر لیں۔ پھر تاریک حصوں میں بے فکری سے خطوط کھینچ دیں۔ کچھ دیر تک خطوط سے کھینچتے ہوئے یہ کام انجام دیں۔ "خطوط والے شید" پر زیادہ غور و فکر کرنے کی ضرورت نہیں ہے بلکہ "جہاں" انھیں بنانا ہو وہیں اس قسم کے خطوط کھینچ دیں۔ البتہ "جہاں" پر بہت سنجیدگی کی ضرورت ہے وہاں ضرور بالضرور غور کریں۔

(6) اس درکار رنگ و بنا میں تمام ہی چیزیں ایک ہی مال سالہ سے بنی ہوئی ہیں۔ اس لیے آپ کو پے کرنا ہو گا کہ مختلف مال سالہ سے بنی ہوئی چیزوں کو آپ کھینچناں خطوط کے شید سے کس طرح ظاہر کریں گے: جیسے گھاس اور بھوسے کا ڈھیر یا گھاس سے بھرا ہوا میدان۔



(7) کچھ درختوں کی چٹان بیٹھی ہوتی ہیں تو وہیں مصنوعی درختوں کی چٹان سوئیوں کی طرح ہوتی ہیں۔ ہم تمام طرح کی چٹان کو تو بیٹھا اپنے اس کچھ میں نہیں دکھا سکتے البتہ مختلف طرح کے شیز کی مدد سے ہم چٹان کی مختلف بناؤں کو دکھا سکتے ہیں۔ اس لیے عبادت اور شکلوں کا اظہار کرنے والے شیز (بھرنے) کی پریکٹس کرنی چاہیے۔



(8) اسی طرح خیالی تصویروں کی عبادت کے لیے ایک کونک نوٹ (Quick Note) بنی کافی ہے۔ یہ بات ذہن نشین رکھنی چاہیے کہ ”میں جو کچھ بھی بنا رہا ہوں وہ کس مالِ سالہ کی بنی ہوئی ہے“۔ جب آپ گھاس کی ڈرائنگ بنا رہے ہوں تو گھاس کے نوک دار ہونے کا خیال ذہن میں رکھیں۔ اسی طرح چھوڑ یا مصنوعی درختوں کی چٹان بناتے وقت ان کی جھین کو ذہن نشین رکھیں۔



(9 اور 10) جب آپ کھردری چھال والے درخت کی ڈرائنگ بنائیں تو اس کی چھال کی بنی کا تصور کریں۔ ”سفید سے“ کی طرح کے درختوں کے سنے کافی پکٹے ہوتے ہیں۔ اسی طرح جھیل کی عکاسی کرتے وقت لہروں کی ڈگمگاہٹ، ان کا لہرانا اور ان کے ارتعاش اور انعکاس کا تصور ذہن میں رکھیں اور اپنے قلم کو ایسا انداز میں لہرائے اور ڈگمگائے دیں۔





(11) اُتار چڑھا (Tone) ساخت (Form) اور بناوٹ کی عکاسی کرنے کا ایک آسان طریقہ یہ ہے کہ چائیز سفید رنگ یا اپنے قلم کی سفید روشنائی استعمال کریں اور سیاہ کاغذ پر سفید رنگ سے شیڈ بھریں یا بھر سفید کاغذ پر بھی کام سیاہ روشنائی سے بھی کیا جاسکتا ہے۔



(12) رنگین کاغذ (Pastel Paper) اس کام میں بڑے سفید ثابت ہوتے ہیں کیونکہ آپ موضوع کے مطابق ہی رنگ کا انتخاب کرتے ہیں جیسے صبح کا دھندلا دکھانے کے لیے نیلے یا کستری رنگ کا استعمال کر سکتے ہیں۔ اگر آپ کو یہ کاغذ دستیاب نہ ہوں تو کاغذ کو داغ کر سے رنگین بنالیں جیسا کہ میں نے کیا ہے۔

مزید کتب پڑھنے کے لئے آج ہی وزٹ کریں . www.iqbalkalmati.blogspot.com

بڑی گھر (Body Colour)

فائدہ مند رہتا ہے جہاں عبوری اثرات (Transient Effects) کے تیز و
علامات (Quick Notes) کو عقیدہ کرنے کی ضرورت پیش آتی ہو۔ بلکہ رنگ
کے زیادہ تر رقبہ کو ایسے ہی چھوڑ دیا جاتا ہے تاکہ موضوع کے عام
نوں (General Tone) کی عکاسی کی جاسکے اور آپ کی زیادہ تر توانائیاں
روشن پہلوؤں کی سرعت کے ساتھ عکاسی کرنے میں کام آسکیں۔

مندرجہ ذیل چھوٹے چھوٹے رنگین نوٹس (Colour Notes) کے سلسلہ سے ان خطوط کی نشاندہی کی جاسکتی ہے جن پر عمل کر کے
نہایت کامیابی کے ساتھ بڑی گھر آزمایا جاسکتا ہے۔ سفید لائن ڈرائنگ کے
لیے اس کے استعمال کرنے کے طریقے کا مظاہرہ پہلے ہی کیا جا چکا ہے۔

معمولی شفاف دائرہ رنگ (Ordinary Transparent Water Colour) سے تجربات کرتے وقت آپ نے دیکھا ہو گا کہ جب یہ سوکھتے
ہیں تو کاندہ پر موجود کھیلے رنگ کے مقابلہ کچھ ہلکا نون اختیار کر لیتے ہیں۔
تجربات سے آپ اس تبدیلی کی تیاری کر لیا کریں گے۔ جب بڑی گھر کا
استعمال کیا جاتا ہے تو رنگ سوکھنے پر پیدا ہونے والی تبدیلی زیادہ نمایاں ہو جاتی
ہے اور میڈیم (Medium) کے اس خصوصی طرز عمل کے لیے پہلے سے صحیح
اندازہ لگانے اور تیار کرنے کے لیے کہیں زیادہ تجربہ درکار ہوتا ہے۔

شفاف رنگ کے مقابلہ بڑی گھر کے استعمال کرنے میں ایک فرق
اور ہوتا ہے۔ شفاف رنگوں سے سب سے بہتر نتائج اس وقت حاصل ہوتے
ہیں جب بہت زیادہ گہرے رنگ بہت زیادہ پانی میں ملا کر اور پھر برش بھر کر
اس کا استعمال کیا جائے۔ اسی انداز میں اس بڑی گھر کو ملایا جائے تو اس انداز
میں نہیں سوکھ پائے گا کہ اپنے نیچے موجود کاندہ کو مکمل طور پر چھپالے۔ بڑی
گھر لکچھ میں نہایت تدریجی حصوں کی عکاسی کرنے کے لیے اس خصوصیت سے
استفادہ کیا جاتا ہے۔ جب بلکہ رنگ کے نیچے واقع سطح کو چھپانے کے لیے بڑی
گھر کا استعمال کیا جائے تو ایسے موقعوں پر بہت گاڑھا چھینٹ ملایا جاتا ہے۔ رنگ
تیز اور پانی کم ملایا جائے اور اس طرح اسے تھوڑا سا خشک استعمال کیا جاتا ہے۔

غیر شفاف رنگ کا استعمال (Use of Opaque Colour)

پینٹ باکس (Paint Box) کے اجزاء چائیز و ہائٹ (Chinese White) کا استعمال کرتے وقت ہوشیاری برتی جاتے۔ یہ دائرہ رنگ اس سفید
رنگ کو گہرے رنگوں سے ملا کر بڑی گھر (Body Colour) تیار کرنے کے معاملہ
پر جانے دیتی ہے۔ کہنے کا مطلب یہ نہیں کہ بڑی گھر کا استعمال ہی نہ کیا جائے۔
اس کے برعکس معاملہ یہ ہے کہ اسے استعمال کر کے بڑے پیدارے رنگین
اثرات پیدا کیے جاسکتے ہیں۔ میں صرف یہ تجویز پیش کرتا ہوں کہ یا تو کوئی
اچھلچورے طور پر شفاف (Transparent) رنگ سے تیار کیا جائے یا پھر
صرف بڑی گھر سے۔ ان دونوں طریقوں کے امتیاز سے غیر شفاف رنگ
حاصل ہوتا ہے جو گہرا اور مردہ دکھائی دیتا ہے جبکہ شفاف رنگ کزور اور
کنٹراسٹ (Contrast) کے اعتبار سے قوت سے عاری (Lacks in Strength) نظر آتے ہیں۔ عمومی طور پر اس دنیا کے بہت سے ضابطوں میں
اسے اس ضابطہ کو بہت سے عمدہ آرائشوں نے نہایت کامیابی سے توجہ ہے، مگر
انہی اور اس کام کی شروعات کرنے والوں کے لیے یہ ایک خطرناک راہ
ہے۔ عقلی طور پر آپ کے سامنے راہ فرار اختیار کرنے کا یہی طریقہ رہ جاتا
ہے کہ اگر درمیانی راہ کو ہم جو جائے تو گہرے رنگ پر بلکہ رنگ کے چھوٹے
چھوٹے پوندوں (Patches) کو چڑھا دیا جائے اور یہ کام بھی اس وقت کیا
جائے جب برش سے رنگ اٹھائے یا چاقو وغیرہ سے کھرچنے یا کسی اور طریقہ
کو بروئے کار لانے سے کچھ حاصل نہ ہوتا ہو۔ اس سب کے باوجود بھی اخذ
شدہ نتائج پر نگاہ ڈال کر آپ اس بات سے متفق نظر آئیں گے کہ بہتر یہی
ہے کہ لکچھ کو رزنی کی نوکری میں چھپک کر دوبارہ لکچھ تیار کیا جائے۔

بڑی گھر کا استعمال بذات خود ایک دوسرا معاملہ ہے۔ اس سے
بجورے، فاکسٹری یا دیگر بلکے رنگوں (Tinted Colour) والے کاندوں پر
سب سے زیادہ فائدہ اٹھایا جاسکتا ہے۔ اس کا استعمال ایسے موضوعات کے
لیے خاص طور پر موزوں رہتا ہے جہاں زبردست نوعیت کے نون اختلافات
(Tone Differences) واقع ہوتے ہوں، خصوصاً یہ ایسے موقعوں پر بڑا

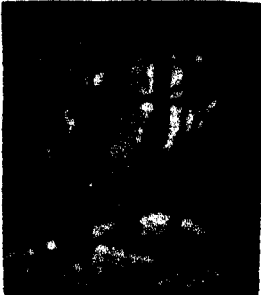
بڑی کلری وضع قطع کی عکاسی کرنے کے لیے تین مثالیں کافی رہیں گی:

(1) گہرے نیلے۔ خاکستری کاغذ پر سفید اور زرد بڑی کلروں کا استعمال سرکنڈے کے قلم سے کیا جاتا ہے۔ گہرے بھورے رنگ کی لائنیں۔ اس کی قدر و قیمت میں اس وقت بے حد اضافہ ہو جاتا ہے جب اچانک کوئی بیجاں انگیز اثر نمودار ہوتا ہے، چاہے چند منٹوں کے لیے ہی کیوں نہ سہی۔

(3) اس چھوٹے سے اسٹیک میں بغیر چھوٹے گئے کاغذی مقدار بہت کم ہے۔ موضوع کے اصل خطوط گہرے بھورے اور کچھ نیلے رنگ سے کھینچے گئے ہیں، نیلے رنگ میں تھوڑا سا سفید رنگ بھی ملایا گیا ہے۔ جب رنگ خشک ہو جائیں تو موضوع کے گہرے رنگ والے حصوں کو برش کی مدد سے اچانک کیا گیا تھا۔ اس سلسلے میں استعمال کیے جانے والے کلر میں کافی مقدار میں سفید رنگ ملایا گیا تھا تاکہ یہ نیم غیر شفاف (Semi-opaque) بن جائے لیکن اس کے باوجود بھی کلر کے محدودوں میں سے کاغذ کا خاکستری رنگ نظر آتا رہا ہے۔ ان رنگوں کا نہر بعد میں آیا جن میں سفید رنگ زیادہ مقدار میں ملا: جوا تھا اور سب سے زیادہ روشن حصوں کو نسبتاً زیادہ سوکھے بڑی کلر سے دکھایا گیا تھا۔ اس آخری بڑی کلر کے کچھ حصے کو سرکنڈے کے قلم سے بھرا گیا تھا، تھوڑے سے زیادہ تاریک کام کو سب سے اخیر میں اس وقت انجام دیا گیا جب پورا اسٹیک کافی سوکھا گیا۔ آپ کو پتہ چلے گا کہ غیر شفاف رنگ پر گہرا رنگ ب آسانی چڑھ جائے گا۔

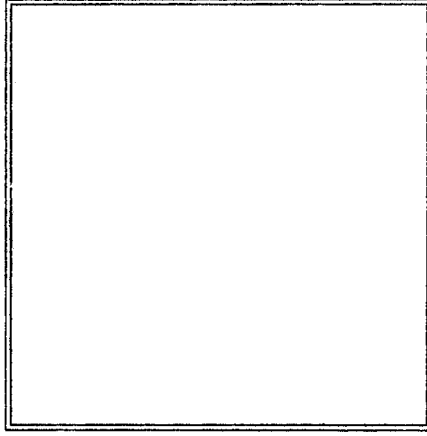


(2) سب سے پہلے گہری لائنیں کھینچی جاتی ہیں، پھر آسمان، سمندر اور درختوں کے روشن حصوں جیسی چیزوں کو دکھانے کے لیے پتلے بڑی کلر استعمال کیے جاتے ہیں۔ آسمان، سڑک، سمندر اور درختوں کے سب سے زیادہ روشن حصوں کو دکھانے کے لیے سب سے اخیر میں گاڑھے بڑی کلرین استعمال کیے جاتے ہیں۔ بڑی کلر کے کہیں کہیں اور بہت تھوڑے استعمال کے لیے سرکنڈے کا قلم استعمال کیا جاسکتا ہے۔



مندرجہ بالا دونوں مثالوں میں آپ نے یہ بات دیکھی ہو گی کہ

کمپوزیشن (Composition)



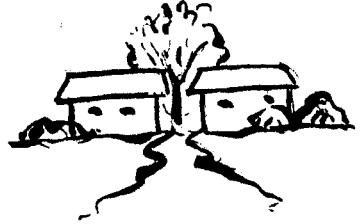
اس چھوٹے فریم کو کسی بڑی سی تصویر پر رکھیے اور پھر اسے تصویر پر لٹا کر اس حصہ کو دریافت کیجیے جس سے بہترین ڈیزائن بناسکتے ہوں۔

اسکچنگ کرتے وقت آپ اس کارڈ کو آنکھ سے مختلف فاصلوں پر رکھ کر دیکھ سکتے ہیں۔ اس سے آپ کو اپنے موضوع کی سب سے بہتر ترتیب (Arrangement) معلوم کرنے میں مدد مل سکتی ہے۔

اوپر نقطہ بردار خطوط پر دکھائے ہوئے پورے اسکچ کو کسی سفید کارڈ پر کاٹ لیجیے۔ اور پھر مومنٹ خطوط سے ایک فریم کی شکل بنا دیجیے۔

اس طرح جب آپ اسے کسی کتاب وغیرہ پر رکھیں گے تو اس کے اندر بنی ہوئی تصویر باقی تصویر سے علیحدہ ہو جائے گی اور اسی کے ساتھ آپ مختلف قسم کے اسکچوں کو فریم کرنے کی قدر و قیمت سے بھی واقف ہو جائیں گے۔

کمپوزیشن یا تصویروں کے ڈیزائن پر بہت سے صفات تحریر کیے گئے ہیں۔ یہاں میں صرف یہ بتانے جا رہا ہوں کہ آپ ایسے اسکچوں (Sketches) کو ہرگز نہ بنائیں جو نامعقول یا غیر حوالان (Lop-sided) ہوں۔



اپنے اسٹاک کے تمام دلچسپ حصہ کو ایک ہی جانب ظاہر کرنا بھی بڑا پریشان کن ہوتا ہے اور آپ کو اس پر ایک ٹھنڈا لے لے یہ بات سمجھ میں آجائے گی۔ دیکھیے اوپر کی تصویر۔

میرا یہ مطلب ہے کہ آپ اپنے اسٹیجوں کو بالکل متشاکل (Symmetrical) بنائیں جیسا کہ اوپر کی تصویر ہے۔ یہ غیر جذباتی اسٹیک ہے۔



جب تک آپ کو اچھی خاصی پریکٹس نہ ہو جائے اس وقت تک مقررہ مربع (Fixed Squares) یا مستطیل نما شکل کی مدد سے اسٹیک کھینچنے کی کوشش نہ کریں۔ کاغذ کے وسط سے کام کرنا شروع کریں اور پھر دائیں، بائیں، اوپر، نیچے اسے بڑھاتے چلے جائیں۔ اور ذرا ان کو متوازن کرنے والے حصوں کا اضافہ کرتے چلے جائیں۔ بھونپڑی (Cottage) سے ابتدا کریں اور اس کے ارد گرد کے منظر کی عکاسی کرتے چلے جائیں۔

ہم کیوڈیشن کے تمام ہی وسیعہ ضابطے بیان کرنے کی کوشش نہیں کریں گے۔ آپ کو اپنے اسٹیک کی ایک سمت کو دوسری سمت پر کسی دوسری چیز سے متوازن کرنا ہوتا ہے۔ بات ذہن نشین رکھنی ہوتی ہے کہ ایک ایسی چھوٹی شے جو چاروں طرف کھلی جگہوں سے گھری ہو ایک بڑے عظیم الجذہ درخت کو متوازن کر دے گی۔

مزید سامان (More Materials)

اپنے سامان میں مندرجہ ذیل سامان کا اضافہ کر لیجیے:

پانی کی ایک چھوٹی سی شیشی

پانی رکھنے کے لیے ایک چھوٹا پیالہ

عمدہ نوک والا واٹر کلر برش۔ اس کے بال تقریباً 3/4 انچ لمبے ہوں اور یہ نرم اور عمدہ سامان

ہو۔ اوٹ کے بالوں والے برش کا زیادہ استعمال نہیں ہوتا اس لیے سبیل (Sable) یا فچ

(Fitch) سب سے بہتر رہے گا۔



(1) کافی زیادہ پانی ڈال کر اپنی سیاہ روشنائی کو اتنی ہلکی بنالیں کہ اگر اسے کاغذ پر پھیریں تو درمیانی خاکستری رنگ بن جائے۔ اب آپ کالی روشنائی کے خطوط سے بنی ہوئی ڈرائنگ پر اس ہلکی روشنائی کے برش کی جنبشوں (Strokes) سے پیکر دلوں کا اظہار کر سکتے ہیں۔ پہلے روشنائی اچھی طرح سوکھنے دیں اور پھر چاہے تو قلم سے شید بھر دیں اور چاہیں تو نہ بھریں۔ اس بات کا پوری طرح خیال رکھیں کہ لائنیں بگڑنے نہ پائیں۔ اگر بادل دکھانے ہوں تو انھیں برش اور تیار کردہ روشنائی سے دکھایا جاسکتا ہے۔

(2) اسی طرح دوسرا ایک بنالیں اور اس پر پھیرے ہوئے محدود انگوٹھ (Wash) کو سوکھنے دیں۔ اب اس میں سیاہ روشنائی سے لائن شیدنگ (Line Shading) کا اور اضافہ کر دیں۔ یہ شیدنگ واش (Wash) سے درہم برہم نہیں ہوگی اور نتیجہ میں زیادہ تفصیلی اثرات اور سطح کاری سے متعلق زیادہ مقررہ خیال (Suggestion of Textures) کی عکاسی ہو پائے گی۔

(3) انھیں خطوط پر کام کرتے ہوئے سیاہ روشنائی اور سیاہ روشنائی والے شیدنگ سے ڈرائنگ تیار کیجیے۔ ان سب کو سوکھ جانے دیجیے اور پھر اس پر ہلکی روشنائی والے محدود انگوٹھ کا استعمال کیجیے اور پھر دیکھیے کہ یہ درہم انگوٹھ کس طرح لائنوں کو ہلکا کر دیتا ہے اور پھر لائن ڈرائنگ سے مکمل مل جاتا ہے۔



(4) اس سے بھی زیادہ نرم، پکے اور شانستہ نتائج (Softer Results) تک پہنچنے کا ایک طریقہ اور ہے جسے مقررہ خط (Definite Line) کی تائید اور حمایت حاصل رہتی ہے۔ سیاہ روشنائی سے کم سے کم لائن شیڈنگ والی لائن ڈرائنگ بنائیے۔ لیکن اس میں جب یہ لائنیں کھلی ہوں اسی وقت بھی روشنائی والا گھول استعمال کیجیے۔ واش کو پر چھائیں۔ والی جانب کی لائنوں سے تو چھونے دیں لیکن اشیاء (Objects) کے روشنی والے پہلوؤں کو چھونے سے زیادہ تر ایقتاب کریں۔ بہت ہی پکے دھوونوں/گھولوں (Washes) یا سادہ پانی کے استعمال سے عمدہ نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔

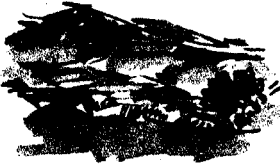


(5) جب آپ کے پاس سیاہ روشنائی دھوون (Black Ink Wash) بچ جائے تو اس سے دور کی ڈرائنگ بنا کر (قلم استعمال کر کے) تجربہ کیجیے۔ اسے سوکھے دیں۔ اب قلم میں سیاہ روشنائی بھر لیں اور پھر سامنے کی منظر کشی کریں۔ نتیجہ حاصل ہونے والے تخفیف (Recession) کے اثر کو ملاحظہ کریں۔ جب ہم رنگ استعمال کریں گے تو ہمارا واسطہ اس طریقہ سے بہت پڑے گا۔

www.iqbalkalmati.blogspot.com

اولین رنگوں کا دارو ہوتا (The First Colour Arrive)

روشنائی کی لائنوں اور شیڈنگ سے ان رنگوں سے پیدا ہونے والے احساس میں اضافہ ہو جاتا ہے اور تاریک حصوں یا گہرے حصوں کی شدت بڑھ جاتی ہے۔ آپ ان دو رنگوں سے بہت کچھ کر لیں گے حالانکہ ان سے آپ کے ذریعہ ڈھوئے جانے والے بوجھ میں تو اضافہ ہو جائے گا لیکن ان کی رہنمائی کے سبب آپ کو بھرپور رنگوں والی راہ پر نرم رومی سے گامزن رہنے میں مدد بھی ملے گی۔ کسی سفید چمچی کی پشتی یا سفید ناکل یا اٹھل برادر کسی نین کے ڈھکن پر آپ رنگوں کو ملا سکتے ہیں۔



توبوں (Tubes) میں موجود دو واٹر کلروں سے کام کی ابتدا: زرد آکرے (Yellow Ochre) زمین سے حاصل ہونے والے قسم ہے اور کوہالت نیلا (Cobalt Blue) بہت پیارا اور آکرے کے مقابلہ میں زیادہ مستعمل میں لائی جانے والی شدت کے مطابق زرد آکرے سے زرد، الال اور بھورے رنگوں کا احساس پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اگر اس میں کوہالت نیلے رنگ کی آمیزش کر دی جائے تو اس سے مختلف شدتوں والے ہرے، زرد، برے سے لے کر نیلے ہرے رنگوں تک کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ کالی

کام کی ابتدا کرنے کے لیے روشنائی سے بنائے ہوئے اپنے اسٹیک ذخیرہ میں سے ایک سادہ اسٹیک کا انتخاب کیجیے۔ اب اس پر خالص زرد آکرے اور خالص کوہالت نیلے کے چند سادہ دھوونوں (Washes) کو بھیر دیے۔ لیکن انھیں بھیرنے سے قبل ان میں کافی مقدار میں پانی ملا لیں کیونکہ کہیں ایسا نہ ہو کہ یہ اتنے گاڑھے ہو جائیں کہ خطوط ان کے نیچے ہی چھپ جائیں۔ پتچوں (Patches) کو گہرے پیلے سے تیل تینٹ (Pale Tint) میں درجہ بند کرنے کی کوشش نہ کریں لیکن رنگوں کو تھنڈے طور پر سادہ ترین انداز میں مرتب کرتے چلے جائیں۔ البتہ ایک دوسرے کی مناسبت سے مختلف حصوں کے نون کے فرق کو ذہن نشین رکھیں۔ نتیجہ سادہ مگر پراثر ہوتا ہے۔ اس سے قدرتی ماحول کے رنگوں کا اظہار تو نہیں ہوتا لیکن اس سے ذہن عمومی اثر کی جانب منتقل ہو جاتا ہے۔ یعنی اس سے یہ یاد دہانی ہو جاتی ہے کہ میدان میں ہرے رنگ کے تغیر پذیر شیڈ موجود تھے اور یہ کہ پہاڑیوں پر دھوپ پھلاؤں اور ہرا نیلا رنگ موجود تھا وغیرہ وغیرہ۔

اپنے اسٹیکوں میں استعمال کریں۔ کبھی کبھی لائن اور واٹ اسٹیکوں سے بھی رجوع کرتے رہیں اور انھیں بنانے کے لیے روشنائی اور ہلکی روشنائی کا استعمال بھی کرتے رہیں۔ پھر آپ ان چیزوں پر واٹر کلر کا استعمال کر کے مزید کچھ اور اضافہ کرنے کی کوشش کریں۔

اگر آپ مختلف کتابوں کا مطالعہ کریں تو آپ کے علم میں کافی اضافہ ہوگا اور کلر استعمال کرنے کی طرہ پر طے آئیں گے۔ بہر حال ہم نے صرف پارہ طریقوں کا ہی مظاہرہ کیا ہے اور یہ طریقے بہت دور تک آپ کا ساتھ دیں گے۔ ان سب کو آزمائیے اور پھر ان میں جنھیں سب سے اچھا سمجھیں انھیں

(1) رنگوں کو مطلوبہ گہرائی تک ایک دوسرے میں ملایا جاسکتا ہے اور پھر انہیں ایک متعیندہ برش اسٹروک (Brush Stroke) یا اسٹروکوں (Strokes) سے نسبتاً چھوٹے رقبہ کو رنگا جاسکتا ہے۔



کاغذ پر نیچے تک لے آئیں۔ اپنا برش خشک کریں اور تلی میں موجود فائو رنگ کو اس سے اٹھالیں۔ جب تک یہ گیلیا ہے اس وقت تک اس کے کسی بھی حصہ کو دوسری مرتبہ ہرگز نہ چھوئیں ورنہ سب کچھ برباد ہو جائے گا۔
تفصیل (Illustration) سے یہ تو معلوم ہوتا ہے کہ کتنا رقبہ گھرا ہوا ہے لیکن نچلے حصہ میں موجود رنگ کے گولے کو خشک برش سے نہیں اٹھایا گیا ہے۔

بڑے رقبہ پر ہلکا رنگ یا رنگ کا کھول استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جتنی آپ کو ضرورت ہو اس سے زیادہ رنگ کا آمیزہ تیار کیجیے۔ کاغذ کو تھوڑا سا ڈھال دے دیں اور رنگ سے برش کو پاری طرح بھر کر کاغذ کے اوپر ہی حصہ میں ادھر سے ادھر تک پھیر دیں۔ برش کو ایک مرتبہ بھر رنگ میں ڈبو کر پہلی والی لائن سے ملا کر پھیر دیں۔ جب تک آپ کاغذ کے نچلے حصہ تک نہ پہنچ جائیں تب تک یہی مشغلہ جاری رکھیے اور رنگ کے کیلے گولے کو رفتہ رفتہ

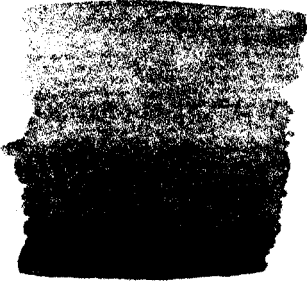
(2) دھوون سے انجام دیا جانے والا ایسا تجربہ جس میں ڈھلوں کاغذ پر سپلا گھر اور پھر ہلکا رنگ پوتا دیا گیا ہے۔ اس میں بھی آپ پچھلی والی (تیسرا رنگ کرنے کی) ترکیب آزمائیے مگر ہر مرتبہ برش کو کاغذ پر پھیرنے سے قبل رنگ میں حزیہ پانی ملا کر رنگ کو پلٹ پر ابھی طرح ملا کر ہلکا کرتے چلے جائیے۔



(3) اب کانڈ کو سادہ پانی سے دھو دیں اور جہاں آپ پسند کرتے ہوں وہاں (کانڈ پر) کچھ رنگ نکالیں۔ اس طریقہ سے سفید علاقہ میں چھوٹے رقبوں کے لیے موزوں اور مختلف گریڈ کا لطیف رنگ حاصل ہو جاتا ہے۔



(4) ایک مرتبہ پھر یہی ترکیب آزمائیے مگر سادہ پانی کے دھوؤں پر رنگ نکالنے کے بجائے اس مرتبہ ایک رنگ پر دوسرا رنگ نکالیں۔



(5) ایک کم ڈھٹواں کانڈ پر ایک رنگ کا پچھنا (Patch) ڈالیں۔ جب یہ گھیلا ہو تو اسی وقت اس سے ملا کر نئی ایک دوسرے رنگ کا دھوؤں ڈالیں۔ اب آپ کو ایک رنگ دوسرے رنگ میں تبدیل ہوتا ہوا ہاتھ لگ جاتا ہے۔

(6) جب رنگ گھیلا ہوتا ہے تو اس میں سے کچھ رنگ کو خشک برش سے اٹھانا آسان رہتا ہے۔ اس طرح ایک چھوٹے سے علاقہ میں تنوع یا تدریج (Gradation) پیدا کی جاسکتی ہے۔ یہ کام تیلے برش سے اس وقت بھی انجام دیا جاسکتا ہے جب رنگ سوکھ جائیں۔ اس میں کچھ زیادہ دیر بھی لگتی ہے اور تازہ اثرات کی کمی بھی نمایاں طور پر جھلکتی رہتی ہے۔



رنگوں کے ساتھ درجنوں ترکیبیں بروئے کار لائی جاسکتی ہیں لیکن اوپر جو بھی ترکیبیں سمجھائی گئی ہیں ان کی بنا پر آپ مختلف طرح کے کام انجام دے سکتے ہیں اور یہ ترکیبیں دوسرے آپ کا ساتھ نہیں چھوڑیں گی۔

(7) آپ کو یاد ہو گا کہ جب خطوط نیلے ہی ہوں تو روشنائی اسلکچ میں ہلکی روشنائی کے دھندوں کو کس طرح استعمال کیا جاتا ہے۔ ٹھیک ہے، اب دوبارہ یہی کام کیجیے لیکن اس مرتبہ ہلکی روشنائی کے بجائے زرد آکرے اور کوہالت نیلے رنگ کا استعمال کریں۔ دیکھیے کہ کالی لائنیں کس طرح رنگوں میں ضم ہو کر معکم ہو جاتی ہیں۔ اب آپ رنگوں سے مختلف اس طم کا استعمال کریں جو دائرہ کار کے سلسلہ میں حاصل کر چکے ہیں۔ اس اسلکچ کا موازنہ اس اسلکچ سے کیجیے جس میں آکرے اور کوہالت کا اضافہ کرنے سے قبل روشنائی کو سوکھے دیا گیا تھا۔



(8) اس تجربہ میں کوہالت نیلا رنگ استعمال کرتا ہے۔ اس لیے اپنے قلم کے لیے نئی روشنائی بنانے کی غرض سے ایک چھوٹی شیشی (ہومیو پیتھک کی گولیوں والی مناسب رہے گی) میں تھوڑا سا کوہالت نیلا رنگ تیار کیجیے۔ اس شیشی پر کارک لگا کر آپ اسے کہیں بھی لے جاسکتے ہیں۔ ٹھیک اسی طرح ایک دوسرا اسلکچ بھی بنائیے مگر اس مرتبہ اس میں نیلے خطوط سے کام لے کر اس میں زرد آکرے (Yellow Ochre Wash) بھر دیں۔



(9) اب دونوں رنگوں کو الٹ دیں۔ اس میں تیز زرد آکرے رنگ سے لائنیں اور مدھم کوہالت نیلے (Paler Cobalt Blue) کو دھندوں کے طور پر استعمال کیجیے۔ اب آپ کی سمجھ میں آیا کہ جب آپ کے پاس رنگوں کی ایک لمبی چوڑی رینج (Range) موجود ہو تو آپ کے سامنے کتنی وسعت پیدا ہو جاتی ہے (یعنی جب آپ تمام ممکنہ شدت والے رنگوں اور رنگوں کے دھندوں کو بروئے کار لاتے ہیں؟) یہ بات اس وقت اور بھی اچانک ہو کر سامنے آتی ہے جب لائنوں اور انکھوں کے لیے مختلف رنگوں کو بروئے کار لایا جاتا ہے۔



(10) میں یہاں یہ بتا چلوں کہ ان دونوں رنگوں کا لائن اس وقت ایک کارآمد طریقہ قرار دیا جائے گا جب آپ کے پاس ان دھوونوں (Washes) کے پھیرنے کا وقت نہ ہو۔ ہم ہر ایک حصوں کو نمایاں کرنے کے لیے کافی بڑے حصوں میں قلم کے رنگ بھر سکتے ہیں۔



(11) رنگوں کے پورے رینج (Range) کے حصول سے پیدا ہونے والے جوش سے قبل، آئیے ایک اسکیچ اور بتائیں۔ اسکیچ بنانے کے لیے سیاہ روشنائی، کوبالت اور آکرے کا استعمال کریں۔ کبھی کبھی آخری دونوں رنگوں کو ملا کر رنگ کی نئی قسم بھی حاصل کر سکتے ہیں۔



(12) یہاں میں یہ اطلاع دیتا چلوں کہ ہم کتنے کے مضبوط ککڑے یا آپ کے کانڈے تھوڑا بڑا تھری پلائی ککڑی کے ککڑے اور اس پر کانڈے تھانے کے لیے بڑے ربر بینڈز (Rubber Bands) سے کام کی شروعات کر سکتے ہیں۔ آپ کانڈے کے بہت سے صفحات کو لاپر نیچے رکھ کر بھی اس قسم کا پنڈ بنا سکتے ہیں۔



رنگ (Colour)

رنگ کا کردار (Role of Colour)

رنگ منکس کرتی ہیں یا جزوی طور پر رنگ جذب کرتی ہیں۔ قدرتی ماحول میں پائے جانے والے معادن رنگ یا تو یکے ہوتے ہیں یا کبھی۔ اسی طرح رنگوں کے لیے ”نہایت گرم یا نہایت خشک“ (لفظ) کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ اسی طرح کلاسیک (Colour Scheme) میں غالب یا ذیلی رنگوں کا انتخاب کیا جاتا ہے۔

چونکہ ایک رنگ دوسرے رنگوں کی مناسبت سے ہی واقع ہوتا ہے اور کیونکہ اس کی شدت کو اس کے پڑوسی رنگ مستقل طور پر ہلکا کرتے رہتے ہیں۔ اس لیے ہر ایک رنگ کی صرف ایک محدود اور منتخب ہم آہنگیوں (Chosen Tones) کو ہی مناسب طور پر کنٹرول کیا جاسکتا ہے۔ اس لیے متبادلات (Alternatives) میں سے ایک فیصلہ کن انتخاب کیا جاتا ہے۔ ہم صرف اسی رنگ کو پہچان سکتے ہیں جس میں کچھ معنویت موجود ہو اور جو رنگ کے بارے میں ہمارے گزشتہ مجموعی تجربے کا نچوڑ ہو۔ تفسیر تبدیل کے ذریعہ ہم ایک ہی نگارہ میں اس رنگ کو (جس کے بارے میں ہمارے خیال ہوتا ہے کہ ہم نے واقعی وہی رنگ دیکھا ہے) ایک دوسرے میں ضم کر دیتے ہیں جو محل تصور کو معنویت بخشنے کے لیے درکار ہوتا ہے۔ لیکن ہم انتخاب کسی بھی طرح سے کیوں نہ کریں بہر حال اس کا جزوی مطلب دی ٹھکانا چاہیے جیسا کہ اس طرح کی اسکیم سے پہلے بھی نکل چکا ہے اور جس کی عکاسی کرنے کے لیے ہم پہلے بھی ان رنگوں کو استعمال کر چکے ہیں۔ ہم تین ویکلوں سے رنگ انداز کرتے ہیں:

(1) رنگوں (Pigments) سے،

(2) مشاہدہ (Observation) سے اور

(3) آرٹ (Art) سے۔

ہم جن رنگوں کو دیکھتے ہیں وہ ان طول ہائے موج (Wave Lengths) پر مشتمل ہوتے ہیں جنہیں انسانی آنکھ محسوس کر سکتی ہے۔ مختلف رنگوں کے احساسات بھی مختلف ہوتے ہیں کیونکہ مختلف رنگوں کے طول ہائے موج (لہر) میں فرق ہوتا ہے اور یہ کہ روشنی کی امواج آواز کی

انسانی زندگی میں رنگ بہت اہم کردار ادا کرتا ہے۔ ہم بھی قدرتی ماحول اور لوگوں کی بنائی ہوئی چیزوں کے درمیان زندگی گزارتے ہیں۔ یہ چیزیں کسی نہ کسی رنگ کی ضرورت ہوتی ہیں۔ اب کیونکہ ان رنگین چیزوں سے ہمارا واسطہ مسلسل پڑتا رہتا ہے اس لیے ہم ان کی طرف اس وقت تک بھرپور توجہ نہیں دیتے جب تک کوئی رنگ ہماری آنکھوں کے سامنے چمک کر تھوڑی دیر کے لیے ہمارا حسیان ان عوامل یا اس واقعہ کی جانب مبذول نہ کرادے۔ دھوپ چھائوں کی طرح ہم اپنی روزمرہ کی زندگی میں رنگ بھی قدرتی طور پر قبول کرتے آ رہے ہیں۔

انسان رنگوں سے اس وقت سے واقف ہے جب سے اس نے ان کی جانب توجہ دینا اور اپنے احساسات اور خیالات کا اظہار کرنا شروع کیا ہے۔ رنگ حواس پر بلاواسطہ طور پر اثر انداز ہوتا ہے اور احساسات اور خیالات کے اظہار میں مدد دیتا ہے۔ اس طرح ان کی موجودگی سے ماحول زیادہ پر مسرت اور خوشگوار بن جاتا ہے اور ایک وجدانی کیفیت پیدا ہو جاتی ہے۔

رنگ (Colour)

جب روشنی کی شعاعیں رنگوں میں ٹوٹ کر آنکھوں میں داخل ہوتی ہیں تو رنگوں کا احساس پیدا کرتی ہیں۔ روشنی رنگ کا وسیلہ ہے۔ روشنی کی عدم موجودگی کا مطلب ہے رنگوں سے بے خبری۔ سفید روشنی تمام قدرتی رنگوں کا آمیزہ (Mixture) ہوتی ہے۔ کسی بھی شے کا رنگ دراصل اس سے ٹکرائے ہوئے روشنی ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر جب کوئی شے نیلی نظر آتی ہے تو اس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ اس شے نے صرف نیلے رنگ کو ہی منکس کیا ہے اور روشنی کے باقی تمام رنگوں کو اپنے اندر جذب کر لیا ہے۔ اگر کوئی سطح تمام رنگوں کو مساوی طور پر منکس کرتی ہو تو وہ سفید ہمیں سفید نظر آئے گی اس کے برعکس جب کوئی سطح تمام رنگوں کو مساوی طور پر جذب کر لیتی ہے تو وہ سیاہ نظر آتی ہے۔ مگر قدرتی ماحول میں شاید ہی کوئی شے مکمل طور پر سفید ہو کیونکہ قدرتی ماحول میں چیزیں یا تو جزوی طور پر

کے ذریعہ کنٹرول کیا جاتا ہے اور عمومی رنگوں کے احساس کو کونسل کے ذریعہ کنٹرول کیا جاتا ہے۔

اس ضمن میں کچھ دیگر نظریات بھی موجود ہیں۔ مثلاً یہ کہ انسانی آنکھ خصوصی رنگین اعصاب کے تین سیٹس (Three Sets) سے ایس ہوتی ہے اور ہر ایک عصب بنیادی رنگوں — لال، زرد اور نیلے — میں سے کسی ایک کے تین زود حس یا رد عمل کی صلاحیت رکھنے والا ہوتا ہے۔ اگر یہ سرنگی اعصاب بیک وقت عمل پیرا ہوں تو اس کے نتیجہ میں سفید رنگ کا احساس پیدا ہوتا ہے۔ زیادہ تر آرٹسٹ اور پرنٹر حضرات عملی مقاصد کے لیے اس نظریہ کو تسلیم کرتے ہیں۔ تمام پینٹ سنگ (Paint Mixing) اور کثیر رنگی (Multi Colour) تکنیکی کام انھیں ابتدائی رنگوں کے انتخاب پر منحصر ہوتا ہے۔

ابتدائی بنیادی رنگ (Primary Colours)

زرد، لال اور نیلا — تینوں رنگ بنیادی رنگ کہلاتے ہیں اور انھیں بنیادی اس لیے کہتے ہیں کہ انھیں دیگر رنگوں کی آمیزش سے حاصل نہیں کیا جاسکتا۔ انھیں حاصل کرنے کے لیے مٹی، معدنیات، نباتی یا حیوانی مادوں کو جیس کر نہایت باریک ذرات کی شکل میں ملایا جاتا ہے۔ لہذا اس سیال کی شکل میں ان کا ودی قدرتی رنگ حاصل ہوتا ہے جس میں انھیں ملایا گیا ہے۔

ثانوی رنگ (Secondary Colours)

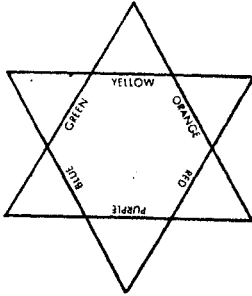
ہرے، نارنجی اور دودھے یا بیٹینی رنگ — ثانوی رنگ کہلاتے ہیں۔ انھیں حاصل کرنے کے لیے دو بنیادی رنگوں کو آپس میں ملایا جاتا ہے۔ اس طرح نیلے اور زرد رنگ کو ملانے پر ہر رنگ حاصل ہوتا ہے۔ لال اور زرد سے نارنجی رنگ اور لال اور نیلا رنگ سے دودھے یا بیٹینی رنگ حاصل کیا جاسکتا ہے۔

اسواج کے مقابلہ نہایت سرعت سے سبز کرتی ہیں۔ انسانی آنکھ کو رنگ محسوس کرنے کی گنجائش صرف محدود طول ہائے موج تک ہی محدود ہوتی ہے اور یہ پورے طیف (Spectrum) کے ایک چھوٹے سے حصہ کو ہی محسوس کر سکتی ہے۔ بھٹنی، آسانی، نیلے، ہرے، زرد، نارنجی اور لال رنگوں یعنی طیف کے رنگوں کو ملا دیں تو سفید روشنی (مجموع کارنگ) وجود میں آ جاتی ہے۔ اس سلسلہ میں قدرت نے قوس قزح (Rainbow) کی عجیب و غریب اور منفرد مثال کے ذریعہ ہمیں روشنی کا انتشار (Dispersion of Light) ہوئے دکھایا ہے۔ ہوا میں موجود بارش کے قطرے نئے نئے منشور (Prism) بن جاتے ہیں اور سفید روشنی کو اس کے عناصر رنگوں میں توڑ ڈالتے ہیں۔

ہمیں رنگوں کا احساس کس طرح ہوتا ہے اس کا ابھی تک کوئی واضح روشنی جواب نہیں مل سکا ہے۔ ماہرین عضویات (Physiologists) لال، ہرے، نیلے، اور زرد رنگ کو بنیادی رنگ مانتے ہیں۔ انسانی آنکھ ان چاروں رنگوں کا احساس جفتوں (Pairs) میں کر سکتی ہے۔ آنکھ کے ایک حصہ میں اعصاب کا ایک سیٹ تو لال اور ہرے رنگ کو اپنے اصلی رنگ میں دیکھ سکتا ہے جبکہ آنکھ کے دوسرے حصہ میں موجود اعصابی سیٹ نیلے اور زرد رنگ کو محسوس کر سکتا ہے۔ ان دونوں اعصاب کے اشتراک سے ملے جلے رنگوں کو دیکھا جاسکتا ہے۔ اگر آپ چند سیکنڈ تک لال رنگ پر نگاہ گاڑے رہیں اور پھر کسی سفید یا معتدل روشنی والی سطح (Light Neutral Surface) کی جانب دیکھیں تو آپ کو نیلا، ہر اور کچھ نظر آنے لگا اور اسی طرح اس کا برعکس بھی رونما ہو سکتا ہے۔ اسی طرح نگاہوں کے سامنے معاون رنگوں (Complimentary Colours) کی ایک ہی شیبہ (After Image) بن جاتی ہے اور یہ رنگ ایک بھری عصب (Optic Nerve) کے ذریعہ نظر آتے رہتے ہیں۔ یہ بھری اعضاء یعنی انسانی دماغ (Retina) میں موجود رڈس (Rods) اور کونسل (Cones) آپس میں اشتراک کر کے رنگوں کے آمیزوں کا احساس کراتے ہیں۔ سیاہ اور سفید رنگوں کے احساس کو رڈس

کمرائیکم حاصل کرنے کے طریقے

(Methods of Obtaining Colour Schemes)



کمرائیکم مندرجہ ذیل طریقوں سے حاصل کی جاسکتی ہے:

(1) بے لونی رہے رنگ (Achromatic): اس کمرائیکم میں صرف سیاہ اور سفید رنگوں کا ہی استعمال ہوتا ہے۔

(2) ایک لونی ریک رنگ (Mono-chromatic): اس میں رنگوں کی مختلف قدریں (Values) — ایک ہی رنگ کی شدت یا ٹون (Tone) — بروے کار لائی جاتی ہے جیسے مثال کے طور پر ہلکا نیلا رنگ، درمیانہ نیلا یا گہرا نیلا رنگ۔ اسی طرح دیگر کسی اور رنگ کا معاملہ بھی ہو سکتا ہے جسے درجہ بنی تغیرات میں محتاط (Conservative) کمرائیکم تیار کرنے کے لیے استعمال کیا گیا ہو۔

(3) مختلف کمرائیکم کی اعلیٰ یا لائی سطحی (High or Low Key Colour Schemes): یہ ہلکی یا گہری قدروں — ٹون والے رنگوں پر مبنی حاصل کردہ کمرائیکم ہوتی ہے۔

(4) کثیر لونی یا کثیر رنگ (Poly-chromatic): مناسب نفاذ حاصل کرنے کے لیے مطلوبہ اور کئی رنگوں کو استعمال کر کے اسے تیار کیا جاتا ہے۔

(5) مماثل یا حلقہ ہم آہنگی (Analogous or Related Harmony): یہ ان رنگوں پر مبنی ہوتی ہے جو کمر و میل (Colour Wheel) پر ملحقہ (Adjacent) ہوتے ہیں اور ایک ہی بنیادی رنگ کے خاندان سے تعلق رکھتے ہیں۔ یا پھر جہاں تمام استعمال شدہ رنگوں میں ایک رنگ مشترک ہو تاکہ جیسے زرد، نارنجی یا لال۔

(6) کماہلی میٹری (Complimentary): اسے دو ایسے رنگوں کی آمیزش سے بنایا جاتا ہے یا حاصل کیا جاتا ہے جو کمر و میل پر بلا واسطہ طور پر ایک دوسرے کے مخالف ہوتے ہیں۔ جیسے لال اور ہرلہ، جامہ آکر کماہلی میٹری کیسے کہہ سکتے ہیں اور کمر و میل (Chroma) اسے انہوں کو مختلف بنیادیں دے دیتا ہے۔

(7) ایڈجسٹ کماہلی میٹری (Adjacent Complimentary): کمرائیکم میں اسے حاصل کرنے کے لیے تین رنگ استعمال کیے جاتے ہیں۔ ان

میں سے ایک رنگ تو کماہلی میٹری جوڑے کے ہوتے ہیں اور تیسرا رنگ اس جوڑے کے کسی ایک ممبر کے اضافی اور بائیں جانب واقع کوئی رنگ جیسے لال، ہرلہ یا نیلا ہوتا ہے۔

(8) اسپلٹ کماہلی میٹری (Split Complimentary): کمرائیکم میں یہ رنگ اس طرح حاصل کیا جاتا ہے کہ دیے ہوئے رنگ کو ایسے دو رنگوں کے ساتھ ملایا جاتا ہے کہ جڑے کماہلی میٹری کے دونوں طرف واقع ہوتے ہیں مثلاً زرد، لال، نیلے یا نیلے، نیلے یا نیلے۔

(9) ڈبل کماہلی میٹری (Double Complimentary): یہ ایک ہی ذخیرہ میں کماہلی میٹری کے دو سیٹوں کے استعمال پر مبنی ہوتا ہے۔ جیسے لال، ہرلہ، زرد اور نیلے یا نیلے یا لال۔

(10) ٹرائیڈ (Triad): کمرائیکم میں یہ تین ایسے کسی بھی طرح کے رنگوں کو ملا کر حاصل کیا جاتا ہے جو کمر و میل (Colour Wheel) پر ایسے تینوں پر واقع ہوں جن سے تصوراتی طور پر کسی بھی سمت میں مساوی متعلقہ شلٹ (Equilateral Triangle) بن جاتا ہو جیسے ہرلہ، زرد، لال اور لال، نیلا، نیلا (Purple-blue)۔

- (6) تاریخی ہیں منظر پر سیاہ رنگ یا اس کے برعکس
(7) ہرے ہیں منظر پر سرخ رنگ یا اس کے برعکس
(8) اورے ہیں منظر پر زرد رنگ یا اس کے برعکس
(9) نیلے ہیں منظر پر تاریخی رنگ یا اس کے برعکس

تحقیق کے مطابق زرد رنگ کی رویت سب سے زیادہ ہوتی ہے کیونکہ یہ آنکھ میں رہنے کی سطح پر عمومی طور پر مریخ ہوتا ہے۔ جبکہ دیگر رنگوں کو مریخ کرنے کے لیے آنکھ کو ہم آہنگیاں (Adjustment) کرنی پڑتی ہیں۔ اسی طرح حلیہ کے لال سرے کی طرف واقع رنگوں کی رویت عمدہ اور نیلے سرے کی جانب واقع رنگوں کی رویت کم ہوتی ہے۔ عمومی طور پر خالص رنگ اپنے شہینہ (Shades) کے مقابلہ زیادہ نظر آنے والے ہوتے ہیں اور چمکدار رنگوں سے طویل فاصلہ پائی رویت پیدا کرنے میں مدد ملتی ہے۔ جب رنگوں کو ان کے کامیابی سے (Complimentary) کے پہلو پہ پہلو رکھا جاتا ہے تو رویت بڑھ جاتی ہے۔

شدت اور تخفیف کا اظہار کرنے والے رنگ

(Advancing and Receding Colours)

شدت کا اظہار کرنے والے رنگوں جیسے زرد، تاریخی اور سرخ سے نفسیاتی طور پر ایسے جذبات کا اظہار ہوتا ہے جن سے گرم جوش اور جوش و خروش جھلک کھائی دیتا ہے۔ اس کے برعکس ہرے، نیلے اور بیگنی رنگوں سے سرد مہری اور سکون و خاموشی کے احساسات پیدا ہوتے ہیں۔ اس طرح ان دونوں سمتوں میں سے کسی ایک سمت میں رجحان کی بنا پر ہی رنگوں کو "سرد" یا "گرم" سے تشبیہ دی جاتی ہے۔

رنگ کے جذباتی اثرات (Emotional Effects of Colour)

نفسیاتی طور پر ہر ایک مختلف قسم کا رنگ ہم پر ایک خاص جذباتی اثر مرتب کرتا ہے۔ رنگ ہمارے ذہن و جسم پر خوش گوار، ناگوار، مطمئن، غم، گرم و سرد، پر شوق و افسردہ غرض کسی بھی قسم کا اثر مرتب کر سکتا ہے۔ زرد، تاریخی یا سرخ جیسے گرم رنگ ناظرین (Spectators) کی جانب پیش قدمی

ہم آہنگ یا مونو کرومٹک رنگوں کے اتحاد (Harmonious or Mono-Chromatic Colour Combination) کا حصول نسبتاً آسان رہتا ہے مگر اسے کوئی پر جوش یا تحریک آمیز (Stimulating) رنگ قرار نہیں دیا جاسکتا جبکہ کسی زبان میں کامیابی سے رنگوں کے استعمال سے براہِ منت پر جوش رنگ پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اور ان کی جانب توجہ مبذول کرائی جاسکتی ہے۔ بشرطیکہ دونوں کامیابی سے رنگوں میں کسی قسم کا اختلاف یا عسری (Optical Tension) موجود نہ ہو۔

رنگوں کے اختلاف یا بیجان آمیز جوش (Irritating Excitement) سے بچنے کے لیے بہت سے طریقے ہیں۔ کامیابی سے رنگوں کو ایک دوسرے سے بچانے کا ایک طریقہ یہ ہو سکتا ہے کہ رنگ دار سطحوں کے غیر متعین فاصلے (Neutral Spaces) اتنے زیادہ وسیع ہوں کہ رنگ مناسب طور پر ایک دوسرے سے علیحدہ نظر آئیں۔

رویت کی قدریں (The Visibility Values)

دو رنگی اتحاد کی اضافی رویت (Relative Visibility of Two Colour Combination) کے سلسلہ میں ذیل میں رجحانات کی گئی ہے۔ لیکن اس طرح کے رویتیاتیاتیوں یا صاف طور پر سمجھ میں آجائے سے متعلقہ باتوں کو سائنسی بنانے قرار نہیں دیے جاسکتے کیونکہ ان باتوں سے متعلقہ رنگوں کا رد (Chroma) یا کسی خاص قدر کا لازمی طور پر اظہار نہیں ہوتا یا اس بات کا بھی پتہ نہیں چلا کہ ہر ایک کے تحت کتنا رقبہ آئے گا یا یہ کہ روشنی کی نوعیت (Nature of Light) یا فضا کا رنگ کے تحت دکھائی جائے گی۔ واضح طور پر سمجھ میں آجائے کی سب سے اہم بات "تدریج میں فرق نظر آتا" (Contrast in Values) ہے:

- (1) زرد ہیں منظر پر کالا رنگ یا اس کے برعکس
- (2) سفید ہیں منظر پر سیاہ رنگ یا اس کے برعکس
- (3) سفید ہیں منظر پر نیلا رنگ یا اس کے برعکس
- (4) ہرے ہیں منظر پر سفید رنگ یا اس کے برعکس
- (5) سفید ہیں منظر پر سرخ رنگ یا اس کے برعکس

نیلہ (Blue)

سرد مہری، شاہنہ انداز، سچائی، خوشی، تسکین، رات، آسمان،
فاصلہ، استقامت، مردوں میں مقبول نامیدی، افسردگی، ذہنی طال، اداسی،
اداس، موسیقی جو رنج و ملال کے موقعوں پر بجایا جائے یعنی بیومرذر
(Blue Murder)۔

ہرا (Green)

سرد مہری، تفریح، تقدیل، خفاقی، سرگوشی، بہار، گرمی کی
ہریالی، زرخیزی، بہار کی آمد، بہتات، حسد، کمزوری۔

نارنجی (Orange)

تحریک، گرم جوشی، شعلہ، لیپ، آگ، غزب، علم۔

گلابی (Pink)

صحت، خوشی، نزاکت اور نفاست کا اظہار، زنانہ رنگ۔

لطفی یا لورا (Violet or Purple)

افسردگی کا اظہار کرنے والا، سرد مہری، شاہانہ انداز، اقتدار، احترام،
وقار، سچائی، جذبات اور محبت کا حامل، محبت آمیز اور پارسا لوگوں کی، انجمن،
معرفت الہی، موت۔

سیاہ (Black)

افسردہ، غم، تاریکی، ماتی، برائی، حسن و جمال اور خلف کا اظہار
ہو تا ہے۔

سفید (White)

امن، وقار پاکیزگی، صفائی، تقدیل، سرگوشی۔

خاکستری (Grey Colours)

طیغی، تنہائی، آرام، خاموشی، غم، صوفیانہ۔

کرتے ہوئے دکھائی دیتے ہیں اور ایسے ان سے دوستانہ، زندہ دلانہ، محرکات
نور پر جوشِ قسم کے جذبات کا اظہار ہو تا ہے۔ یہ حقیقت ہے کہ رنگ
دھوپ، گرمی، غزب، شہرت، آگ، فیرہ سے وابستہ ہوتے ہیں۔ جبکہ اس
کے برعکس نیلے اور سرے جیسے خنڈے رنگوں سے ایسا محسوس ہو تا ہے جیسے
دوہلے منظر میں بندر بنج دور ہوتے چلے جا رہے ہوں اور ایسی سبب ان سے
سکون، طمانیت اور تسلی کا اظہار ہو تا ہے۔ یہ رنگ آسمان، برف، سرد
جائزے، پھانسیں، بہار، دو کار اور کلف سے وابستہ ہوتے ہیں۔

ظاہر ہر ایک رنگ ذہن و جسم پر مخصوص جذباتی یا محرکاتی اثر مرتب
کر تا ہے نیز ایک ایسی زبردست اور علامتی طاقت ہے جو روایتی طور پر دل و
دماغ کو ایک خاص کیفیت میں جتا کر تا آیا ہے۔ رنگوں کے اشارات و رموز
(Symbolism) کے تعلقات کو حالانکہ ذیل میں بتایا گیا ہے تاہم ان کی
شرکت (Associations) یا ان کے علامتی مطالب (Symbolic
Meanings) مختلف ملکوں کی روایات یا موسمی تغیرات کے مطابق اکثر بدل
جی جاتے ہیں۔ حیرت یہ کہ اس بات کا تعلق خاص طور پر اس چیز سے بھی ہو تا
ہے کہ رنگ کہاں استعمال کیا گیا ہے اور ارد گرد کے ماحول اور دیگر رنگوں کی
مناسبت سے اسے کس انداز میں استعمال کیا گیا ہے۔

لال (Red)

جوش و خروش، خوشی کی تقریب، انقلاب، حب الوطنی، جنگ،
خطرہ، نفرت، فساد، محبت، جذبات، طاقت، طوائف السلوک، شدت،
جدا ریت، حرارت، آگ، مختصر یہ کہ تمام شدید قسم کے جذبات کا اظہار اس
رنگ سے ہو تا ہے۔

زرد (Yellow)

شادمان (Cheerful) 'خاتمر' (Elaing) 'رنگ رلیاں' (Gaiety)
بہجائی دھوپ، گرم کاری کے بغیر تپاک، روشنی، نور، رجائیت کا پر نور ماحول،
دانشدگی۔

ایک وقت رنگ کا فرق

(Simultaneous Contrast of Hue)

جب دو یا دو سے زیادہ رنگ ایک دوسرے سے نزدیک رکھے جاتے ہیں تو ان میں اپنے کا پہلی سمٹری (Complimentary) رنگ کی بجلی سی جھلک دکھائی دینے لگتی ہے۔ اس طرح اگر لال میں منظر میں ایک نیلے رنگ کی بنی کھینچی جائے تو وہ کچھ ہر اس رنگ اختیار کر لے گی کیونکہ ہر اس رنگ لال کا کامی سمٹری رنگ ہو گا ہے اور کیونکہ نیلے رنگ کا کامی سمٹری نارنجی ہوتا ہے اس لیے لال میں نارنجی رنگ کی جھلک دکھائی دے گی۔

قدروں کا ایک وقت اختلاف

(Simultaneous Contrast of Values)

جب ہلکا رنگ گہرے رنگ سے قریب رکھا جاتا ہے تو ہلکا رنگ اور ہلکا اور گہرا رنگ مزید گہرا دکھائی دینے لگتا ہے۔ مثال کے طور پر اگر خاکستری رنگ کی بنی کسی کالے رنگ کے پس منظر پر بنائی جائے تو وہ بظاہر مزید ہلکی ہو جائے گی جبکہ کالا رنگ مزید گہرا دکھائی دینے لگے گا۔

کروما کا ایک وقت اختلاف

(Simultaneous Contrast of Chroma)

جب کوئی کمزور کروما والا رنگ یا دھندلا رنگ کسی زیادہ طاقتور

کروما شدہ رنگ سے قریب رکھا جاتا ہے تو دھندلا رنگ اور زیادہ دھندلا اور ہلکا دار رنگ سیاہ دکھائی دیتا ہے کہ جیسے اس نے اپنی ہلک میں اور زیادہ اضافہ کر لیا ہو۔ مثال کے طور پر اگر ہلکے دار نیلے پس منظر پر اگر کوئی خاکستری نیلی بنی کھینچی جائے تو یہ بنی پہلے کے مقابلہ زیادہ خاکستری اور اس کے برعکس پس منظر زیادہ واضح نظر آنے لگتا ہے۔

ترویجی اثرات (Spreading Effects)

یہاں پس منظر کے سامنے اگر کسی بھی رنگ کو دیکھیں تو وہ منجانی رنگ (Local Colour) یا اصل رنگ (Original Colour) سے زیادہ ہلکا دار دکھائی دینے لگتا ہے۔ اسی رنگ کو اگر سفید پس منظر کے سامنے دیکھیں تو یہ کم سیر شدہ (Less Saturated) دکھائی دیتا ہے۔ ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے سفید رنگ مٹی کے طور پر شامل ہو گیا ہو اور جس کی وجہ سے اس (استعمال شدہ) رنگ کی شدت زیادہ ہلکی پڑ گئی ہو۔ یہ اثر اس اثر کے ٹھیک برعکس ہوتا ہے جو مخالف پس مناظر کے سامنے رنگوں کے دیکھنے سے مرتب ہوتا ہے۔

ایک وقت اختلاف (Simultaneous Contrast)

جب دو یا دو سے زیادہ رنگ ایک وقت یعنی ایک ہی وقت میں دیکھے جاتے ہیں تو رنگوں میں کچھ تبدیلی واقع ہو جاتی ہے۔ اسے ہی ایک وقت اختلاف کہتے ہیں۔ اس پر رنگ اور شدت (Hue and Tone) کی تبدیلی کا تسلط قائم رہتا ہے۔

فاصلوں کا ظاہری تناسب (Perspective)

فاصلوں کے ظاہری تناسب کے ابتدائی اصول

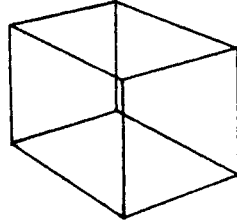
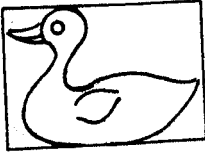
(Elementary Rule of Perspective)

ڈرائنگ کو قابل یقین بنانے کے لیے فاصلوں کے ظاہری تناسب کے ابتدائی اصولوں (Elementary Rules of Perspective) پر عمل کیا جانا چاہیے۔ زیادہ حقیقی اسٹائل اختیار کرنے کے خواہش مند آرٹسٹوں کو ذیل میں درج مختصر طریقوں کے بجائے۔ فاصلوں کے ظاہری تناسب کے بارے میں کہیں زیادہ علم حاصل کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔ گھیس، سڑکوں، عمارتوں، لینڈ اسکیپس (Land Scapes) پر مبنی اور گھر کے اندر کے پس منظر کی ڈرائنگ تیار کرتے وقت، تناظر سے متعلقہ ابتدائی اصولوں کی سمجھ بوجھ بہت کام آتی ہے۔

چند محاطات میں اگر اشیا کی صحیح تصاویر بنائی جائیں تو ان کے نسبتی سائزوں (Relative Sizes) سے مختلف حرکات اور دلچسپ اور حراجہ تصورات کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ کچھ دوسرے محاطات میں جب سائزوں اور تناسبوں (Proportions) کی مبالغہ آرائی (Exaggeration) مطلوب ہوتی ہے تو بھی فاصلوں کے ظاہری تناسب کا علم بڑا کارآمد ثابت ہوتا ہے کیونکہ اسی کی بدولت ”صحیح“ اور ممکنہ مبالغہ پیدا کیا جاسکتا ہے۔

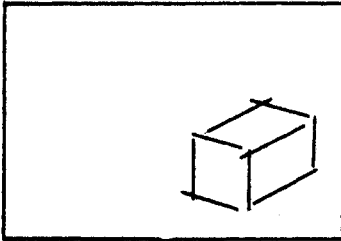
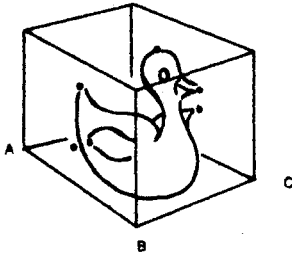
یہاں تاثری ڈرائنگ کے چند ابتدائی مسائل پیش کیے جا رہے ہیں:

آرٹ جس شے کی بھی تصویر کشی کرتا ہے اس کا تعلق افق (Horizon) اور دیکھنے والے (Vanishing Point) یا نقطہ انعدام فصل۔ یعنی وہ نقطہ جس پر متوازی خطوط ملتے ہوئے نظر آتے ہیں۔ افقی خط (چاہے کھینچا جائے یا صرف اس کا تصور کیا جائے) بہر حال ہر ایک تصویر کے درمیان سے افقی طور پر ہوتا ہوا گزرتا ہے۔ چاہے تصویر کو کسی بھی مقام سے دیکھیں (سامنے سے، پہلو سے، اوپر سے یا نیچے سے) یہ افق ہر حالت میں آنکھ کی سطح پر ہی موجود رہتا ہے۔ جس مقام سے کوئی آرٹ کسی تصویر کو دیکھتا ہے وہ مقام ”ایسٹیشن پوائنٹ“ (Station Point) کہلاتا ہے۔ ڈرائنگ تیار کرنے کے لیے آرٹ کی فراہم کردہ جگہ پر جو تصوراتی کھڑکی (Imaginary Window) کھلتی ہے اسے ”سطح تصویر“ (Picture Plane) کہتے ہیں۔ تصویر میں موجود کسی بھی شے کے متوازی خطوط کو اگر بڑھاتے چلے جائیں تو یہ (خطوط) افق پر موجود دیکھنے والے پوائنٹ پر مل جاتے ہیں (مگر یہ بات ان خطوط پر صادق نہیں آتی جو سطح تصویر (Picture Plane) کے متوازی ہوتے ہیں)۔

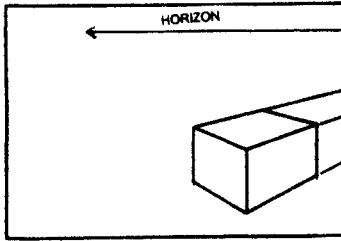


تظاری ڈرائنگ (Perspective Drawing)

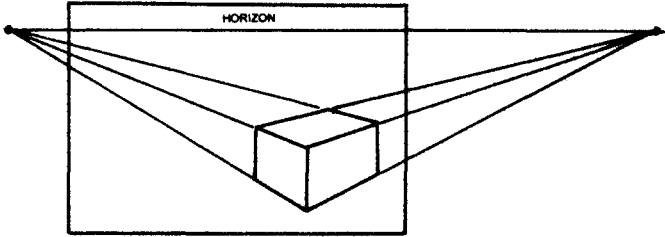
تظاری ڈرائنگ (Perspective Drawing) میں پہلے قدم کے طور پر کسی شے یا تصویر کو بلاک میں رکھنا ہوتا ہے۔ بلاک کے تمام چھ پہلوؤں کو اس موضوع سے چھوئے رہنا چاہیے جسے تظاہر میں بنایا جا رہا ہے۔ بلاک میں فنٹ چھٹی ہوئی بلخ کی ڈرائنگ میں تمام نقطہ ہائے تماس (Points of Contact) دکھائے گئے ہیں۔ ملاحظہ کیجیے کہ افسیں A, B, C اور D سے دکھایا گیا ہے۔ اصل میں نقطہ D بلخ کے جسم کی موجودگی کے سبب ہماری نگاہوں سے چھپا ہوا ہے۔



اگر تظاہر میں بلاک کی ڈرائنگ بالکل صحیح بنادی جائے تو بلاک میں موجود شے کی ڈرائنگ بھی صحیح بنائی جاسکتی ہے۔ تظاہر میں بلاک کی ڈرائنگ بنانے کے لیے ہاتھوں کی آزادانہ حرکت سے تقریباً اسی مقام پر ڈرائنگ بنانے کی کوشش کیجیے جہاں آپ کو تصویر میں اس کے ظاہر ہونے کی توقع ہے۔ بلاک زمین پر چپنا (لہبائی کے رخ) پڑا ہوا ہے۔



بلاک کے متوالی سروں
کو بڑھاتے چلے جائیں حتیٰ کہ وہ
دیکھنے پر اکٹ (Vanishing
Point) پر مل جائیں۔ اگر یہ
مقام (نقطہ) آپ کی تصویر سے باہر
موجود ہو تو ان پر مبنی لہائیوں کو
دکھانے کے لیے جگہ کا اور اضافہ
کر لیں۔ دیکھنے پر اکٹ کو افقی پر
موجود ہوتا ہے۔ اس نقطہ اور تصویر
سے ہوتا ہوا افقی خط (Horizon
Line) کہلاتا ہے۔



مقن کرنے کے لیے مختلف قسم کے اور بہت سے بلاکوں کو مختلف
پوزیشنوں میں زمین پر رکھیے۔ ہر ایک بلاک کے اپنے اپنے دیکھنے پر اکٹ
کے جوڑے اسی ایک افقی پر موجود ہوں گے۔ بلاکوں کے عمودی خطوط
(Perpendicular Lines) ایک دوسرے کو قطع نہیں کرتے۔

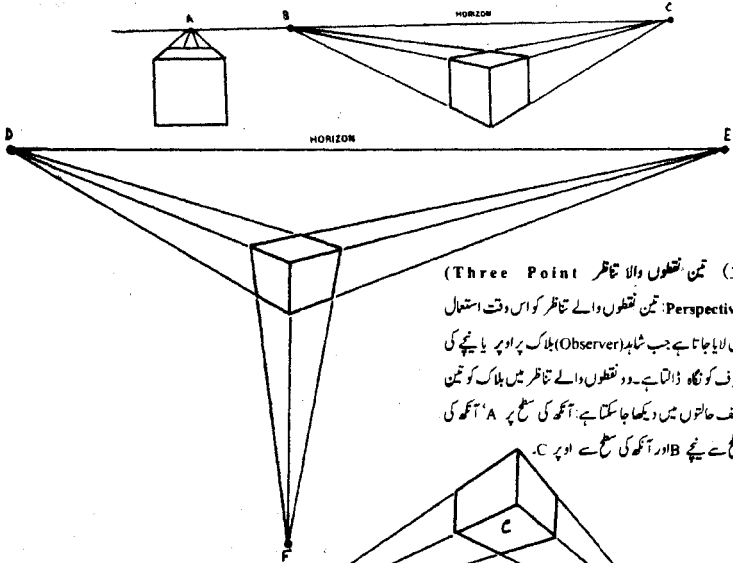
اب بلاک کے سروں کو دوسری جانب بھی بڑھا دیجیے۔ ان خطوط
کو بھی دوسرے دیکھنے پر اکٹ پر مل جانا چاہیے۔۔۔ دیکھنے پر اکٹ کو کافی
دور رکھیں، اس سے نہایت عمدہ شکل و جود میں آتی ہے۔ اپنے فری ہینڈ اسکچ
(Free Hand Sketch) کو کچھ اور درست کر کے اتنا عمدہ بنالیں کہ وہ
تجارتی ڈرائنگ میں ٹیک ٹیک بنے جائے۔

ایک۔ دو اور تین نقطوں والا تناظر

(One, Two and Three-Point Perspective)

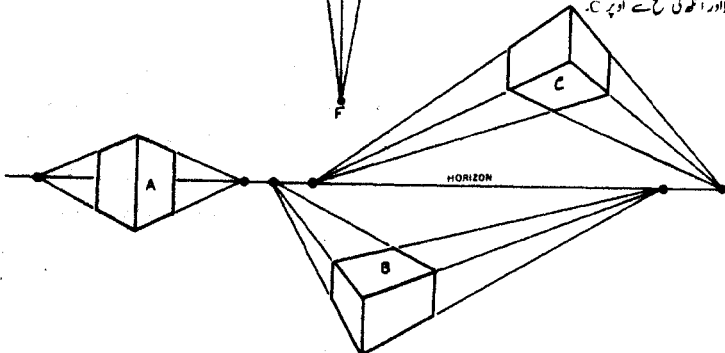
(2) دو نقطوں والا تناظر (Two Point Perspective): اس میں بلاک کی ڈرائنگ افقی کی مناسبت سے، تریخے زاویہ پر رکھی جاتی ہے۔ اس حالت میں بلاک کے دو عمودی پہلو نظر کے سامنے موجود رہتے ہیں۔ اس لیے اس کے دیکھنے پر پوائنٹ بھی دو، B اور C ہوتے ہیں۔

(1) ایک نقطہ والا تناظر (One Point Perspective): ایک نقطہ والے تناظر میں بلاک کا خط قاعدہ (Base line) افقی کے متوازی ہوتا ہے۔ بلاک خط نظر (Line of vision) کے عمودی (یعنی زاویہ قائمہ بناتا ہوا) رکھا ہوا ہوتا ہے اور اس کا صرف ایک ہی دیکھنے پر پوائنٹ A ہوتا ہے۔

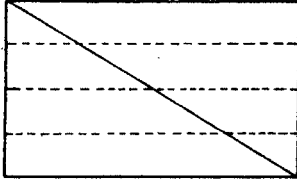


(3) تین نقطوں والا تناظر (Three Point Perspective)

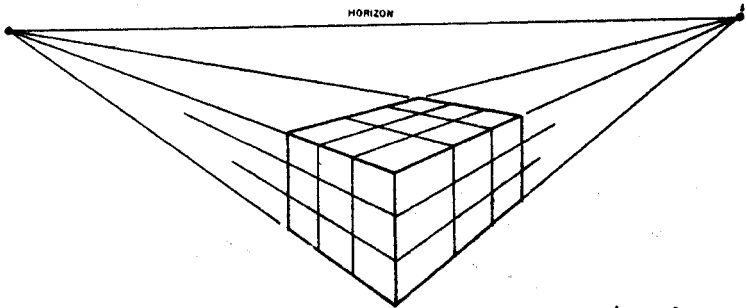
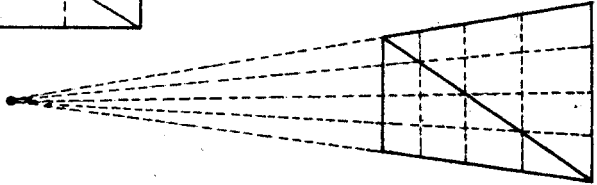
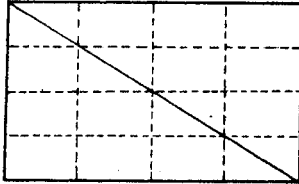
(Perspective): تین نقطوں والے تناظر کو اس وقت استعمال میں لایا جاتا ہے جب شاہد (Observer) بلاک پر اوپر یا نیچے کی طرف کو نگاہ ڈالتا ہے۔ دو نقطوں والے تناظر میں بلاک کو تین مختلف حالتوں میں دیکھا جاسکتا ہے: آنکھ کی سطح پر 'A' آنکھ کی سطح سے نیچے B اور آنکھ کی سطح سے اوپر C۔



تاظر میں یکساں فاصلے (Equal Spacing in Perspective)



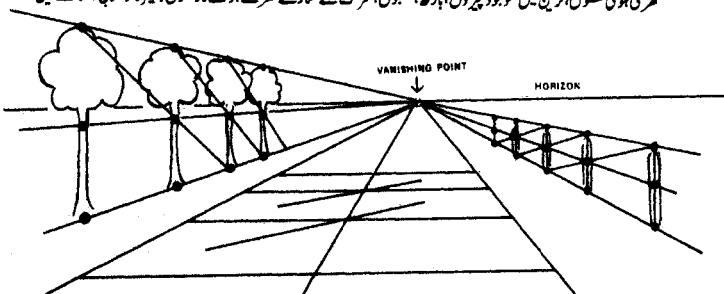
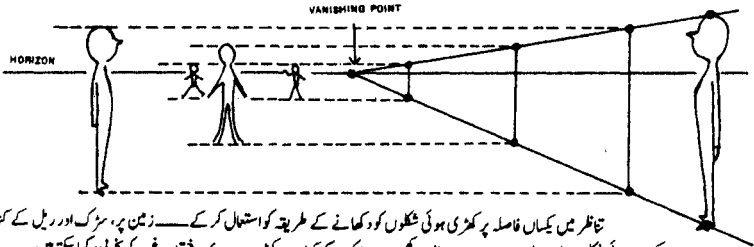
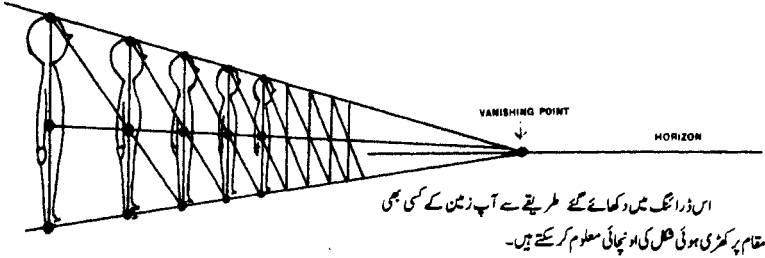
ایک مستطیل کو چار برابر متوازی حصوں میں تقسیم کیجیے۔ ایک وتر (Diagonal) کھینچیے جو ان قطعوں کی نشاندہی کر دے جن سے ہو کر عمودی خطوط گزریں گے اور مستطیل کو عمودی طور پر تقسیم کر دیں گے۔ اس طریقہ کار کو بروئے کار لا کر آپ مندرجہ تاظر میں دکھائے گئے بلاک کے سطح (Side) کو تقسیم کر سکتے ہیں۔



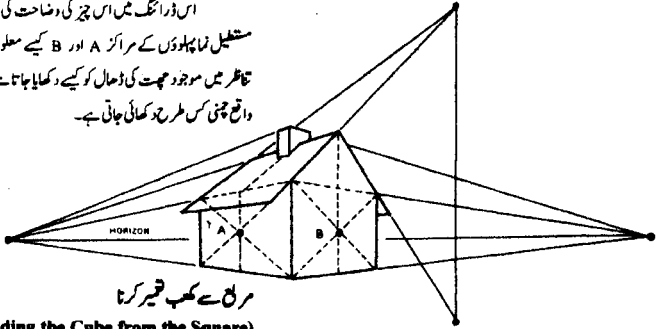
اس ڈرائنگ میں دو قطعوں والے تاظر میں بنائے گئے بلاک کے تمام دکھائی دینے والے سطحوں کو تقسیم کر دیا گیا ہے۔

نقطہ سے ہوتا ہوا دتر زمین پر جس حصہ سے ملتا ہوا دکھائی دے وہ مقام تیسری اصل کو استلادہ کرنے کے مقام کی نشاندہی کر دے گا۔ اسی ترکیب سے کام لیتے ہوئے آپ پوری صف میں جتنی بھی چاہیں اپنی شکلوں کو کھڑی ہوئی حالت میں دکھاسکتے ہیں۔

تاظر میں یکساں فاصلہ پر موجود اشکال دکھانے کے لیے پہلی دونوں شکلوں کو زمین پر رکھا ہوا دکھائیے۔ پھر ان کے سروں کے چھ کے حصوں اور چروں سے گزرنے والے خطوط کھینچے یہاں تک کہ یہ تینوں خطوط دیکھنیک پوائنٹ پر مل جاتیں۔ اس دیکھنیک پوائنٹ سے گزرنے والا افق (Horizon) پہلی اصل کے سرے اور دوسری اصل کے چھ کے



اس ڈرائنگ میں اس چیز کی وضاحت کی گئی ہے کہ کسی مکان کے
مستطیل نما پہلوؤں کے مراکز A اور B کیسے معلوم کیے جاتے ہیں اور یہ کہ
تقاطع میں موجود جھٹ کی ڈھال کو کیسے دکھایا جاتا ہے نیز جھٹ کے پچس پچ
واقع چینی کس طریقہ دکھائی جاتی ہے۔



مرلے سے کعب تعمیر کرنا

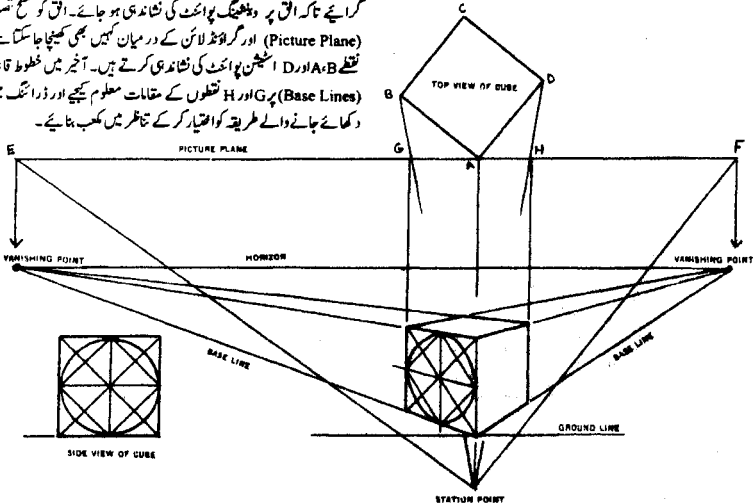
(Building the Cube from the Square)

کسی بھی مطلوبہ زاویہ پر ایک مربع ABCD اور سطح تصویر
E F (Picture Plane) کیسے A سے اس مقام پر ایک عمود ڈالے جس جگہ
سے آپ مشاہدہ کر رہے ہیں یعنی اسٹیشن پوائنٹ A سے عمود ڈالے۔ اسٹیشن
پوائنٹ سے اگر مریل قطع AB اور AD قطعوں کے متوازی دو خطوط کھینچے
جائیں تو E اور F نقطے حاصل ہو جائیں گے۔ اب اسے گروٹ پوائنٹ کے اوپر
ایک گروٹ لائن (Ground Line) کھینچیں۔ E اور F سے دو عمودی خطوط
گرائے تاکہ افق پر دو جھٹک پوائنٹ کی نشاندہی ہو جائے۔ افق کو سطح تصویر
(Picture Plane) اور گروٹ لائن کے درمیان کہیں بھی کھینچا جاسکتا ہے۔
نقطے A، B اور D اسٹیشن پوائنٹ کی نشاندہی کرتے ہیں۔ آخر میں خطوط کا عدد
(Base Lines) پر G اور H نقطوں کے مقامات معلوم کیے اور ڈرائنگ میں
دکھائے جانے والے طریقہ کو اختیار کر کے تقاطع میں کعب بنائے۔

دائرہ سے بیضی شکل کی ڈرائنگ بنانا

(Drawing the Ellipse from the Circle)

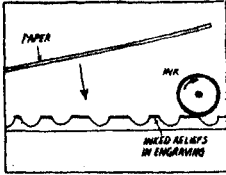
مرلے میں دائرہ نصف بن جاتا ہے۔ مریلے کے خطوں کو تقسیم کر کے
(اس ڈرائنگ میں کعب کے خطوں کو تقسیم کر کے دکھائے گئے طریقہ سے
آپ بیضی شکل کی جگہ ڈرائنگ بناسکتے ہیں) تقاطع میں دائرہ دکھایا گیا ہے۔



طباعت کے طریقے اور اصول

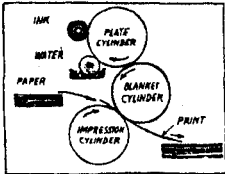
(Printing Process and Principles)

(1) لیٹر پریس — ریلیف (Letterpress — Relief)



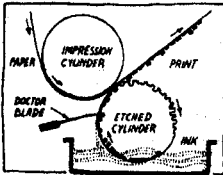
طباعت کرنے والی سطح (Printing Surface) ابجرواں اور سطح مرتفع کی مانند یکساں سطح پر ہوتی ہے۔ طباعت نہ کرنے والی سطح کا کام تو اتنا ہے کہ وہ طباعت کرنے والی سطح کو ایک ساتھ جکڑے رہے اور اس کی سطح طباعت کرنے والی سطح سے نیچے ہوتی ہے۔ روشنائی لگانے والے رولر، ریلیف سرفیس (Relief Surface) پر روشنائی کی یکساں پرت پڑھا دیتے ہیں۔ اس کے بعد جب کاغذ پر یکساں دباؤ پڑتا ہے تو وہ روشنائی جذب کر لیتا ہے اور اس طرح اس پر چھپائی کے نقوش رہ جاتے ہیں۔

(2) آفسیٹ — پلانوگرافک (Offset — Planographic)

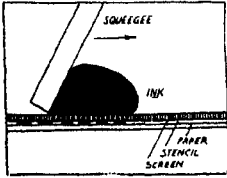


یہ اس اصول پر مبنی ہے کہ تیل اور پانی ایک دوسرے میں نہیں ملتے۔ پرنٹنگ سطح ایک تیل بردار شیعہ ہوتی ہے اور یہ طباعت انجام دینے والے حصہ کی سطح پر ہی واقع ہوتی ہے۔ پانی کے رولر سے تماس میں آنے پر صرف تصویر بردار علاقہ ہی تیل بردار رنگ کی مہین سی پرت جذب کر پاتا ہے۔ یہ روشنائی ایک ربر کے کیسل (Rubber Blanket) پر منتقل کر دی جاتی ہے یعنی آفسیٹ کر دی جاتی ہے جس پر اگلی شیعہ تشکیل پا جاتی ہے۔ کاغذ اس پرت سے طباعت کے نقوش حاصل کر لیتا ہے۔

(3) گریوے کار — کندہ کاری (جو ف) (Gravure — Intaglio (Recess))



طباعت کرنے والی سطح، کندہ کاری کا جو ف حصہ (Recess Part) ہوتا ہے، ریلیف نہیں۔ ٹینک میں بھری ہوئی پتلی روشنائی ان جو فوں کو بھر دیتی ہے۔ ریلیف سطح پر موجود اضافی روشنائی کو سپرے سرورن والے ڈاکٹر بلیڈ (Doctor Blade) سے ہانچ دیا جاتا ہے۔ جب کاغذ اسطوائی سطح کے تماس میں آتا ہے تو جو فوں میں سے روشنائی جذب کر لیتا ہے اور اس پر چھپائی کے نقوش طبع ہو جاتے ہیں۔



(4) سلک اسکرین — اسٹینسل (Silk Screen — Stencil)

سلک کے پڑنے کو ایک فریم پر پھیلا کر اور غیر بھیڑی رقبہ کو دھندلا بنا کر بھیڑی رقبہ کا اسٹینسل تیار کیا جاتا ہے۔ جب اس اسٹینسل پر روشنی ڈال کر اسے دبا یا (دور دے کر پھیلا یا) جاتا ہے تو یہ صرف غیر دھندلے علاقے ہی گزرتی ہے اور اسٹینسل کی دوسری طرف رکھے ہوئے کاغذ پر اسٹینسل کے نقش چھپ جاتے ہیں۔

لیٹر پریس پر ٹھیک جاب کا فلو چارٹ

(Flow Chart of a Letterpress Printing Job)

(1) موجودہ کاپی (Existing Copy)

پرنٹ خریدنے والے یا اشتہار دینے والے شخص کے پاس مسودہ اور اس سے متعلقہ کچھ تصاویر و نقشہ وغیرہ ہوتے ہیں۔

آئیے مان لیتے ہیں کہ اسے کوئی کتابچہ (Booklet) چھپوانا ہے۔

بہت کم مصنفین اس بات سے واقف ہوتے ہیں کہ طبعات شدہ کاپیوں کی شکل میں ان کا مسودہ کس ساز کی کتاب میں چھپ جائے گا۔ ٹائپنگ اسٹال سے اس سلسلہ میں کوئی خاص مدد نہیں مل پاتی۔

بہتر یہ رہتا ہے کہ بنیادی منصوبہ تیار کر لینے کے بعد تصویروں / تصنیلات کو ترتیب دے دی جائے۔ تاہم تمام ہی تصویروں کو ترتیب وار نہیں رکھا جاسکتا۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ گزشتہ واقعات کے لیے صرف موجودہ تصویریں / تصنیلات ہی دستیاب ہوتی ہیں۔

(2) بنیادی منصوبہ سازی / نقشہ سازی — ڈی کتاب تیار کرنا

(Basic Layout — Dummy)

کتاب کے ساز (Format)، پرنٹنگ پروسس (Printing Process)، بنیادی کام کی تقسیم و ترتیب، جلد سازی وغیرہ کا فیصلہ، گرافک ڈیزائنر کے ذریعہ تیار کردہ تعلیمی کتاب (Dummy) تیار کرنے کی بنا پر کیا جاتا ہے۔ ڈی سے پریس ہالکان کو لائسنس دیا جاتا ہے کہ وہ اس بات کا اندازہ لگائے کہ اس میں مدخل جاتی ہے کہ چھپائی میں کتنا وقت لگ جائے گا۔

ڈیزائنر بہت سی باتوں کو ذہن میں رکھتا ہے جیسے شکل و صورت، احساس (Feel)، موقع (Occasion)، دستور (Tradition)، کاپیوں کی

تعداد، تصاویر کا سائز، جدول کی شکل میں پیش کردہ مواد، طبعات اور ڈیزائن کاری کے لیے درکار وقت، اخراجات وغیرہ۔

اگر بنیادی باتوں میں کسی سائز کاغذ، بنیادی نقشہ سازی، مطبعی طریقہ وغیرہ میں بعد میں ذرا سی بھی تبدیلی واقع ہو جائے تو نہ صرف یہ کہ کتاب کی فراہمی میں دیر ہو جائے گی بلکہ اس پر آنے والی لاگت میں بھی اضافہ ہو جائے گا۔

(3) قیمت / لاگت (Quotations)

ڈی کی فراہم کردہ تصنیلات کی بنا پر، پرنٹ کا خریدار قیمت / لاگت کا تخمینہ طلب کرتا ہے۔ اسی دوران ڈیزائنر مختلف ایکسیون، اسٹوڈیو یا آرٹسٹوں اور فنون گرافروں کو مطلوبہ تصنیلات، لائن ڈرائنگوں، وینٹولن (Paintings)، فوٹو گرافس وغیرہ کا آرڈر دیتا ہے۔

تصنیلات اس قسم کے الفاظ سے تحریر کی جائے گی کہ پرنٹر کی سمجھ میں یہ باتیں بخوبی آجائیں کہ کام مکمل کرنے کے لیے کون کون سی تراکیب بروئے کار لائی جائیں گی۔ اگر ایسا نہ ہو تو پرنٹر اپنی فراہم کردہ قیمتوں میں حفاظتی پہلو (Safety Margin) بھی مد نظر رکھے گا۔

مختب کاغذ پر تصاویر کی پائیش، ہینک، دک، طبعی طریقے کے متوقع نتائج کے متاسب ہونی چاہیے۔

(4) کاپی اور آرٹ کی تیاری (Copy and Art Preparation)

پرنٹ خریدار مسودہ کو ڈیزائن کے ٹائپ سٹیک اسٹال میں ٹائپ کراتا ہے۔ پرنٹ خریدار اور ڈیزائنر دونوں مل کر ریف تصاویر (Rough Pictures) کو منظوری دے کر ڈی کی ضروریات پوری کرتے ہیں اور مزین آرٹ ورک (Finished Art Work) تیار کراتے ہیں۔

(7) پیج پروف، منظوری (Page Proofs, Approval)

پرنٹر سے حاصل شدہ پیج پروف چیک کیے جاتے ہیں۔ کاپی (متن) کی چھک لکھ کر تپے اور لے آؤٹ کی چھک ڈیزائنر۔ لے آؤٹ کی غلطیوں یا کاپی میں غلطی (Spelling) اور قواعد (Grammar) کی غلطیوں کے لیے پرنٹر کو مورد الزام قرار نہیں دیا جاسکتا۔ اس لیے پرائیج بنی سے جانچ پڑتال کر لینی چاہیے۔

(8) ترتیب، طاعت، جلد بندی (Imposition, Printing and Binding)

Binding)

پرنٹر کو مقررہ اسکیم (Imposing Scheme)، طاعت اور اختتامی مراحل (یا جلد بندی) کا دھیان رکھنا چاہیے۔

مونڈ کے طور پر ایک کاپی کی جلد بندی کر لی جاتی ہے اور پھر یہ جانچ پڑتال کی جاتی ہے کہ کہیں لے آؤٹ میں یا صفحہ میں کوئی غلطی تو نہیں رہ گئی ہے۔

جلد کاپیوں میں سے انکل سم (At Random) کوئی کاپی نکال کر کے دوبارہ جانچ پڑتال کی جاتی ہے کہ کہیں کوئی غلطی نہ رہی ہو۔ اور اگر اس اسٹیج پر کسی غلطی کا پتہ چلتا ہے تو کم از کم کاپیوں کی تقسیم پر آنے والی انکوں سے جانچ جاتی ہے۔

پر فیک پریس۔ ایک سادہ مثال (لیٹر پریس)

ہر ایک پریس میں شیعہ آرٹ (Art Department) نہیں ہوتا البتہ کام کی نوعیت اور حجم کے ہ نظر پر پرنٹ خریدار (Print Buyer) کو کسی گراؤٹ ڈیزائنر یا اسٹوڈیو کی خدمات حاصل کرنے کا مشورہ دیا جاتا ہے۔

ڈی اسٹیج پر ہی پرنٹ خریدار کو یہ پتہ چل جاتا ہے کہ عمل کام کیسا نظر آئے گا۔

(i) گیلے پروف (Galley proofs) اور (ii) پیج پروف (Page Proofs) (اپ) کے دوران پروف کو چیک کرنے اور اغلاط کی تصحیح کرنے کا اس موقع مل جاتا ہے۔ اسے پیج پروف پر دستخط کرنے ہوتے ہیں کہ یہ صفحہ اب طاعت کے لیے سمجھا جاسکتا ہے۔ دستخطوں کے بغیر کوئی بھی پرنٹر طاعت کا کام شروع نہیں کرتا۔ میک ریڈی (Makeready) کے دوران پریس میں موجود پروف ریڈر (Proofreaders)، پروف کی آخری چھک کرتا ہے۔

نئے پیراگراف، ادا قاف و رموز کو مد نظر رکھتے ہوئے لائنوں کی سیٹنگ کی پیکش کے حساب سے ٹائپنگ کی جاتی ہے۔

کپشنز (Captions) کو الگ سے ٹائپ کر لیا جاتا ہے تاکہ کپوز کرنے والے کا وقت بچ جائے۔

چاند بندی سے تصاویر کی مجوزہ سائز دریافت کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس طرح چھوٹے موٹے کام کے لیے فوراً ہی بالکل صحیح صفاتی منصوبہ بندی کی جاسکتی ہے۔

(5) مارک اپ (Mark Up) اور پروسس (Process) سے متعلق ہدایات

لے آؤٹ کی ضروریات کے مطابق ڈیزائنر، مسودہ پر ٹائپ سیٹنگ ہدایات (مارک اپ) تحریر کرتا ہے، حشیلات (Illustrations) کی چاند بندی کر کے کندہ کار (Engraver) کو ضروری ہدایات فراہم کر دی جاتی ہیں۔ عام طور پر گاہکوں کے لیے تیار کی جانے والی کندہ کاریاں (Engravings) پرنٹروں کے حوالہ کر دی جاتی ہیں۔

ڈی پریڈی جانے والی ہدایات (مارک اپ) کو دو مرتبہ چیک کرتا چاہیے کیونکہ ٹائپ سٹر آپٹیکس مونڈ کر ہدایات پر عمل کرتا چلا جاتا ہے۔ ایسی حالت میں غلط ہدایات جاری کرنے کا مطلب ہے طاعت کی اولین سطحوں (Galleys) پر غلطی سرزد ہونے کا صمد برداشت کرنا اور دوسرے ری سیٹنگ (Resetting) کر دینے پر کام میں تاخیر اور لاگت میں اضافہ۔

انھیں وجوہات کو مد نظر رکھتے ہوئے کندہ کار کو دی جانے والی ہدایات کم از کم دو مرتبہ چیک کر لینا چاہیے۔

(6) پیسٹ اپس (Page Paste Ups)

کندہ کاریوں (Engravings) سے حاصل شدہ ٹکڑ (Pulls) اور گیلے پروف (Galley Proofs) کو ڈیزائنر بھی چیک کرتا ہے اور گاہک بھی۔ پرنٹر کی رہنمائی کرنے کے لیے ڈیزائنر متعلق پیسٹ اپس تیار کرتا ہے۔ کسی قسم کی بھی کمی نہیں چھوڑی جاتی۔

کندہ کاریوں سے حاصل شدہ پروف اس کاغذ پر بنے ہوئے چاہیے جس پر اسے پرنٹ کرنا ہوتا ہے۔ اس سے نمبنا زیادہ مناسب فیصلہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔

ٹائپ اور حروف سازی

(Types & Lettering)

ٹائپ (Types)

Designers مابر آرٹسٹ (Draftsmen) ہوتے ہیں۔ یہ لوگ ٹائپ حروف ڈھالنے کی میکینیت سے تواقف ہوتے ہی ہیں اسی کے ساتھ ساتھ عمدہ طور پر ڈیزائن شدہ ٹائپ فیسر کے ذریعہ مرتب ہونے والے جمالیاتی اور جذباتی اثرات کو بھی بخوبی سمجھتے ہیں۔

ٹائپ اجتماع میں کام آنے والے دیگر سامان

(Other Materials Used in Type Assembly)

(i) رول (Rules): رول ٹائپ ہائی (Type High) ہوتے ہیں اور مختلف موٹائیں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ ان کا استعمال سیدھی لائنیں (خطوط مستقیم) چھپانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ ہارک لائنوں کے لیے پتیل کی رول (Brass Rules) استعمال کیے جاتے ہیں کیونکہ ان میں فرسودگی کم واقع ہوتی ہے اور لمبے عرصہ تک چلتے ہیں۔

(ii) بورڈر (Borders): یہ خوبصورت سانچے ہوتے ہیں اور انھیں باور استعمال کر کے طباعت کے مواد کے لیے حاشیہ بنائے جاتے ہیں۔ ان کا استعمال عام طور پر ڈبلی تصویروں / نقشوں (Insets) اور اشتہارات کے لیے کیا جاتا ہے۔ یہ عام طور پر 6 پانچٹ سے لے کر 18 پانچٹ کے سائزوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ کچھ ڈیزائنوں میں کونوں کو سجانے کے لیے خاص کٹکے بھی لگائے جاتے ہیں۔

(iii) لیڈ (Leads): خطوط کے درمیان خالی جگہ تکمیل دینے کے لیے ان کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ٹائپ میٹل سے بنے ہوئے ہوتے ہیں اور ٹائپ ہائی سے چھوٹے ہوتے ہیں۔

(iv) کوالا (Quads): یہ ٹائپ ہائی سے چھوٹے کٹکے کی کڑی ہوتے ہیں۔ یہ مستطیل نما ہوتے ہیں اور صفحہ بندی (Page Make Up) کے دوران طویل خالی فاصلوں کو بھر کرنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔

دھات سے ڈھلے ہوئے ٹائپ کے حروف کا تعلق طباعت میں لیٹر پریس یا ریلیف پریس (Relief Process) سے ہوتا ہے۔ نقطہ کے ہر ایک حرف کے لیے دھات سے (مثلاً ہوا ایک حرف ہوتا ہے۔ ان حروف کی ڈھلائی کے لیے بھرت (Alloy) استعمال کی جاتی ہے۔ یہ بھرت تیار کرنے کے لیے سسہ، اینٹی مونی (Antimony) اور قلعہ (Tin) کو ملا یا جاتا ہے۔ اس بھرت کو تھماتی طور پر ٹائپ میٹل (Type Metal) کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔ اس بھرت سے خوبصورت ڈھلائی ہوتی ہے۔

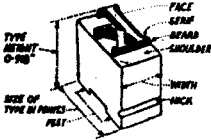
ڈھلائی کا کام ڈھلائی کے صفار خانوں (Foundries) میں کیا جاتا ہے۔ یہ لوگ طباعت کا کام کرنے والوں کو ایک ہی قسم اور جسامت کے ڈھلے ہوئے حروف ٹائپ وزن کے حساب سے فروخت کرتے ہیں یعنی ڈھلے ہوئے یکساں حروف کو مکمل ٹائپ (Founts) کہا جاتا ہے۔ کچھ طباعت کرنے والوں کے یہاں اپنی ٹائپ کی ڈھلائی مشین موجود ہوتی ہے۔

(ایک ساز کا) مکمل ٹائپ (Fount) میں تمام طرح کے ٹیپے موجود ہوتے ہیں جیسے حروف تہجی (Alphabets)، ہندسے (Numericals)، اوقاف اعراب (Punctuation Marks)، تحریر میں فیصل پیدا کرنے والے ٹیپے (Spaces) وغیرہ۔ یہ تمام ٹیپے / ٹائپ فیس (Typeface) ایک متعین ساز اور متعین وزن والے ہوتے ہیں۔ بہت سی ٹائپ (Types) میں چھوٹے کیپ (Small Caps) / اٹیکس (Italics) اور زور (Bold) کی علامت (Accent Marks) مختلف کی رہنمائی کے لیے نہیں ہوتے۔

دھات سے بنے ہوئے ٹیپوں کو "ٹائپ" (دستی حروف سازی سے تلف) بھی کہتے ہیں۔

دہلے ہوئے ڈیزائنوں سے قدم بہ قدم ملا کر پٹنے کے لیے ٹائپ صفار خانے دو مقامات پر ٹائپ حروف کے سنے ڈیزائن بھی تیار کرتی رہتی ہیں جنھیں ٹائپ فیسر (Typefaces) کہتے ہیں۔ ٹائپ ڈیزائنر (Type

رہتا ہے۔ شولڈر کے اوپر کی اونچائی کو بی رڈ (Beard) کہتے ہیں۔ کچھ نٹروں (Compositors) کی رہنمائی کے لیے ٹک (Nick) فراہم کر لیا جاتا ہے تاکہ وہ صرف چھوکر محسوس کر لیں اور تمام ٹھہوں کو سیدھا کھڑا رکھ سکیں۔



ٹائپ کے ٹھہوں کی پیمائش (Measurement of Types)

(i) پانٹ (Point): ٹائپ کی پائلس کی اگلی پانٹ (Point) ہے اور یہ تقریباً $1/72$ انچ کے برابر ہوتا ہے۔ 12 پانٹ کے ٹائپ کا مطلب بڑی کی گہرائی (Depth of the Body) یا ٹائپ کے شولڈر کی گہرائی۔ اس سے ٹھہوں کی گہرائی مراد نہیں ہوتی کیونکہ یہ ہمیشہ کہوتی ہے۔

(ii) بڑی ٹائپ (Body Types): 6 پانٹ سے 14 پانٹ کے سائزوں کو بڑی ٹائپ (Body Types) کہتے ہیں کیونکہ ان ٹھہوں عموماً پیغام (Message) یا کتاب کی اصل عبارت (Text) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ 18 پانٹ سے زیادہ کے سائزوں کو ڈپلے ٹائپ (Display Types) کہتے ہیں اور ان کا استعمال عموماً سرخیاں چھاپنے میں کیا جاتا ہے۔

(iii) پیکا (Pica): یہ طوئی پیمائش (Linear Measurement) ہوتی ہے اور عموماً کالموں کی چوڑائی دکھانے کے لیے اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ایک انچ کے چھٹا حصہ ($1/6$ th) کے برابر ہوتی ہے۔

1 em = ایک انچ کا چھٹا حصہ ہے۔ (4.16 ملی میٹر)

2 ens = 1 em

12 = 1 em پانٹ

(iv) اگیت لائن (Agate Line): یہ خط $1/14$ انچ گہرا اور اخبار کے کالم کی چوڑائی کے برابر ہوتا ہے۔ عام طور پر یہ پیمانہ درجہ بند اشتہارات (Classified Advertisements) اور ڈائریکٹریوں (Directories) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

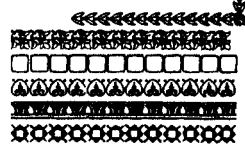
Rules

THIN
MEDIUM
BOLD (1 pt.)
2 POINT
3 POINT
8 POINT
1 EM

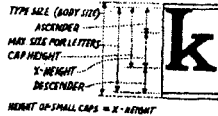


DOUBLE THIN
THIN & THICK
DOT LEADER
HYPHEN LEADER

Borders



ٹائپ کی تفریح (Anatomy of a Type)



تمام قسم کے ٹائپ کے ٹھہ (233mm) (0.918") اونچے ہوتے ہیں۔ اس ٹائپ کو "ٹائپ ہائی" (Type High) بھی کہتے ہیں۔ چھپائی کرنے والی سطح کو ٹھہوں (Face) کہتے ہیں اور یہ پہلو کے بل حرف کا الٹا ٹکس ہوتا ہے (آئینہ میں غبی شبیہ کی طرح)۔ یہ حرف ٹائپ کے شولڈر (چھپائی نہ کرنے والی بڑی کی اوپر کی سطح) پر کی جانے والے مثبت کاری (Relief) میں استادیہ

ٹائپ فیس کی درجہ بندی

(Classification of Typefaces)

پہلے (Extra Bold)۔ ان سے اہل صحت (Element) کے سائز میں بہت زیادہ تبدیلی لائے بغیر لے آؤٹ (Layout) میں ٹائپ سیٹ اہل صحت (Typeset Element) کے وزن (نوع) قدر یا خاکستری اثر (Grey Effect) کو کنٹرول کرنے میں مدد ملتی ہے۔
جیسا کہ مثال سے یہ بات واضح ہو سکتی ہے کہ ہر ایک ٹائپ فیس کے لیے تمام متبادلات (Variations) کی تیاری بڑے پیمانے پر نہیں کی جاتی۔

مختلف قسم کے ٹائپ فیس کو چار جماعتوں میں درجہ بند کیا جاتا ہے:
رومن (Roman)، گوٹک (Gothic)، اسکرپٹ (Script) اور تھولڈ (Miscellaneous)۔ ایک جماعت کی کئی فیملی (Families) ہوتی ہیں جن کے خود داخل مشترک اور فیس یکساں ہوتے ہیں۔ ٹائپ ڈیزائن میں ہر ایک نئی تخلیق کو فیملی کے بطور بڑے پیمانے پر تیار کیا جاتا ہے۔ عملان فیملی کو ٹائپ کے ہی نام سے جانا جاتا ہے۔ ہر ایک فیملی کے مختلف سائزوں کے لیے بالکل یکساں فیس متبادلات (Face Variations) موجود ہوتے ہیں۔

مذکورہ بالا باتوں کے پیش نظر اشتہار کے ڈیزائن میں ایک مناسب موڈ (Mood) تخلیق کرنے یا اسے ایک خاص شخصیت عطا کرنے کے لیے ڈیزائنری اپنی پسند سے کام لیتا ہے۔ کسی بھی سائز کی ٹائپ کے لیے فیس متبادلات چار طرح کے ہوتے ہیں:

(1) رومن (Roman): سیدھے کڑے حروف (Up Right Characters) جن کی معمولی چوڑائی اتنی ہوتی ہے کہ وہ انھیں زیادہ وضاحت اور قابل مطالعہ بنادیتی ہے اور پڑھنے والے انھیں آسانی سے پڑھ لیتے ہیں۔ انھیں اس ٹائپ کی فائونٹ (Fount) میں رومن فیس (Roman Face) کا حامل سمجھا جاتا ہے۔ اگر ان حروف کو غور سے دیکھا جائے تو یہ مریخ نما سے دکھائی دیتے ہیں۔

(2) لٹلک (Italic): جب حروف میں دائیں جانب کو جھکا موجود ہو تو انھیں ایٹلک فیس (Italic Face) کا حامل سمجھا جاتا ہے۔

(3) توسیع شدہ (Expanded Face): ایک ہی سائز والی ٹائپ میں دونوں یعنی رومن اور ایٹلک حروف کی چوڑائی کم یا زیادہ ہو سکتی ہے۔ جیسے توسیع شدہ فیس (Expanded Face) دائیں بائیں جانب کو پھیلا ہوا ہوتا ہے۔ اس سے ایک دے ہوئے رقبہ میں نقل نویسی کو کنٹرول کرنے میں مدد ملتی ہے۔

(4) کمزور ہلا فیس متبادلات کے وزن (Weight) میں بھی تغیرات واقع ہو سکتے ہیں مثلاً خف (Light) درمیانہ (Medium) پہلی (Bold) اور نمایاں طور

Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ W XYZ 1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz		
Gothic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ W XYZ 1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz		
Script	<i>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</i> abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890		
Miscellaneous	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z abcdefghijklmnopqrstuvwxyz		
1 Roman	ABCDEFGHIJ abcdefgh 12345	170	
2 Italic	ABCDEFGHIJ abcdefgh 12345	171	
3 VARIATIONS IN WEIGHT			
Roman	ABCDEFGHIJ abcdefgh 12345	170	
Condensed	ABCDEFGHIJ abcdefgh 12345	171	
Expanded	ABCDEFGHIJ abcdefgh 12345	170	
4 VARIATIONS IN WEIGHT			
Light	ABCDEFGHIJ ABCDEFGH ABCDE		
Medium	ABCDEFGHIJ ABCDEFGH ABCDE		
Bold	ABCDEFGHIJ ABCDEFGH ABCDE		
Extra Bold	ABCDEFGHIJ ABCDEFGH ABCDE		

فوٹو کنڈہ کاری (Photo Engraving)

پروسیس کرنا پڑتا ہے۔ اگر کسی آرٹ ورک میں دونوں اقسام کے آرٹ موجود ہوں تو آرٹ ورک میں تکلیف کو منسوب کے مطابق جمع کر کے یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔

لائن کنڈہ کاری (Line Engraving)

اس کام کے لیے جو کچھ مطلوب ہوتا ہے وہ یہ ہے کہ ٹائپ فیس کی طرح سے ہی تصویر کی سطح (Picture Surface) نسبت کاری (Relief) میں موجود ہو اور یہ کہ اسے خط ہلو پر موجود ہو کہ جس سے کلی کاپیاں نکل آنے کے باوجود بھی اس میں فرسودگی واقع نہ ہونے پائے۔ یہ کام 16 گانچ (Gauge) کی حسرت (Zinc) کی پلیٹ استعمال کر کے کیا جاتا ہے جو بہترین کوالٹی کی 10 ہزار کاپیاں تک پرنٹ کر سکتی ہے (جبکہ ٹائپ کو استعمال کر کے ایک لاکھ تک کاپیاں پرنٹ کی جاسکتی ہیں)۔ اس عمل میں مندرجہ ذیل باتیں شامل ہوتی ہیں:

(1) فوٹو کیمسٹری (Photo Chemistry) کی مدد سے مطلوبہ سائز میں لائن ڈرائنگ کی شبیہ (Image) دھاتی پلیٹ پر منتقل کرنا۔

(2) اس شبیہ پر تیزاب کا اثر نہیں ہوتا اس لیے جب اسے تیزاب میں غوطہ دیا جاتا ہے تو غیر فیکس رقبہ (Non-image Area) کیمیائی طور پر گھلایا جاتا ہے۔

(3) اس طرح سے حاصل اس کنڈہ کاری کو کٹڑی کے مستطیل نما ٹکڑے پر نصب کر دیا جاتا ہے۔ اس کی ٹائپ ہائٹ 0.918" ہوتی ہے اور اس سے کپڑے میں آسانی پیدا ہو جاتی ہے۔

دو طرح کی تصویریں یا تشبیلات

(The Two Kinds of Illustrations)

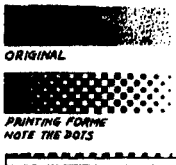
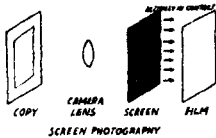
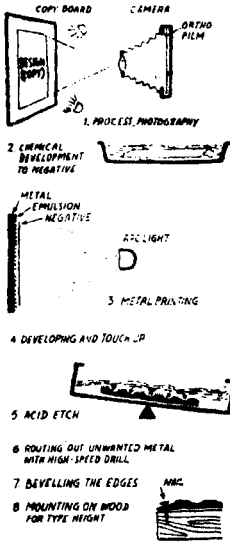
طبعیت کے حلق سے تصویروں کو دو زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) خطی تصویریں (Line Illustrations): یہ ایک کیمیا، سلاؤ کلر (Solid Colour) سے بنی ہوئی ہوتی ہیں۔ ان میں شہد رنگ یا ٹون میں کسی بیشی نہیں ہوتی اور ہر ایک خط اور سلاؤ رقبہ کیمیا دکھائی دیتا ہے حالانکہ ہوشیاری سے خطوط اور نقطے استعمال کیے جائیں تو کسی بیشی کا اہتمام بھی پیدا کیا جاسکتا ہے۔ ٹائپ، پہلے سے ہی تیار خطی تصویریں (Line Illustrations) ہوتے ہیں۔

(2) ہالٹ ٹون تصویریں (Half-tone Illustrations): ان کے ٹون (Tones) مسلسل ہوتے ہیں یا پھر درمیانہ طور پر یکساں۔ یہ بالکل سفید سے تبدیل ہو کر خالص سیاہ رنگ اختیار کر سکتے ہیں یا پھر نظری طور پر کسی بھی رنگ کی قدریں اختیار کر سکتے ہیں جیسا کہ فوٹو گرافس (Photographs)، آئل پینٹنگس (Oil Paintings)، واش ڈرائنگس (Wash Drawings) وغیرہ میں ہوتا ہے۔

بیلر پریس پروسیس کے ذریعہ کسی بھی قسم کی تصویر بنانے کے لیے پرنٹنگ سطح کی نسبت کاری (Relief) میں دھاتی کنڈہ کاری (Metal Engraving) کرنی پڑتی ہے۔

نکلیٹ (Negatives) بنانے کے لیے کاپی بورڈ پر دونوں کوالنگ الگ



(1) پروسیس فوٹوگرافی (Process Photography)

کیمرہ (Camera)، ڈیزائن کاپی (Design Copy)، کاپی بورڈ

(Copy Board)، آرٹھو فلم (Ortho Film)

(2) نیگٹو کی کیمیکل ڈیولپمنٹ (Chemical Development)

(Negative) of، دھات (Metal)، شیرہ یا ایملشن

(Emulsion)، نیگٹو (Negative)، آرک لائٹ

(Arc Light)

(3) میٹل پرنٹنگ (Metal Printing)

(4) ڈیولپمنٹ اور ٹوچ اپ (Developing and Touch-up)

(5) جیڑاپ سے گلا (Acid Etch)

(6) جیڑا لٹا کر سے فیروزہ دہی دھات دور کر دینا

(7) کناروں کو ڈھلوانا

(8) ٹائپ ہائٹ کے لیے لکڑی پر نصب کرنا

ہال ٹون کنڈنگری (Half-tone Engraving)

سلسل ٹون نشیلات (Tone Illustrations) کے لیے فوٹو گرافک فلم

اسکرین آؤی تر بھی لائنوں کا ایک ایسا جال ہوتا ہے جو گلاس اسکرین (Glass)

Screen پر کندہ ہوتا ہے یا پھر یہ فلم کا بنا بھی ہو سکتا ہے۔ کٹیکٹ اسکرین

(Contact Screen) جس پر گریڈ کرکس (Graded Criss)

Cross آری تر بھی لائنیں (Cross Lines) بنی ہوئی ہوتی ہیں ان خانوں

کے درمیان کا رقبہ عدسوں (Lenses) کے مانند کام کرتا ہے اور اپنے میں

سے گزرنے والے تصویر کی رقبہ کی ٹونل قدر (Tonal Value) کو فلم

(Film) پر واقع مناسب سائزوں والے ڈاٹوں کو مختلف سائزوں والے ڈاٹ

پیرن (Dots Pattern) میں توڑ دیا جاتا ہے۔ اس طرح مختلف اینڈ آئی ٹونل

گریڈیشنوں (Tone Gradations) کو نیگٹو (Negative) کی شکل میں

تبدیل کر دیا جاتا ہے جس سے پانچواں اعلیٰ شیبہ دھات پر پہلی جاتی ہے۔
اب یہ ڈاٹ ایک لائن آرٹ (کاکام) سادہ کھائی دینے گئے ہیں
کیونکہ اب ان میں ٹون گریڈیشن (Gradation of Tone) ہوتی نہیں رہتا۔
ان سے تو مسلسل ٹون کا پانچ سو ٹون (Grey Tones) کا اہام پیدا ہوتا ہے۔
کندہ کاری کا عمل ایک سا ہی ہوتا ہے البتہ اس میں کافی ہوشیاری برتی جانے کی
ضرورت ہوتی ہے۔

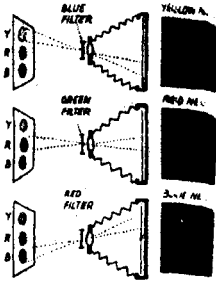
اسکرین کے یکساں پٹرن سے غلطیوں کو پہچاننے میں مدد ملتی ہے
اور پھر انھیں درست بھی کر لیا جاتا ہے۔

رنگین کندہ کاری (Colour Engraving)

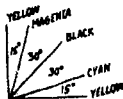
یہ اس اصول پر مبنی ہے کہ بنیادی رنگوں یعنی زرد، سرخ اور نیلے
رنگوں کو مختلف مقدار (نوعی قدروں) میں ملا کر تقریباً ہر ایک رنگ کا شیبہ
تیار کیا جاتا ہے (دیکھیے رنگ)۔ روشنائیوں کو خلف کرنا پڑتا ہے۔ عملاً ہوتا
یہ ہے کہ سیاہ رنگ تصویر کو گہری اور خاکستری رنگ کو تازی حکا کرنے میں
مددگار ثابت ہوتا ہے۔ اس سے روشنائی چھانے میں بھی مدد ملتی ہے کیونکہ اگر
سیاہ رنگ موجود نہ ہو تو پھر بہت زیادہ گہرے ٹون (رنگ) ایک دوسرے پر
چرے ہوئے (Overlap) نظر آتے ہیں۔ اس کی وجہ سے منطبق کرنے کی
ضرورت پڑے گی۔

رنگوں کی علیحدگی (Colour Separation)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں کثیر رنگی تصویر (عام طور پر مسلسل
ٹون والی تصویر) کو اس کے بنیادی رنگ ہائے ترکیبی اور کالے رنگ میں توڑنا
ہوتا ہے تاکہ اگر رنگوں کی جدائی سے ہاف ٹون نقش کندہ (Engraving) تیار
کرنا اور سفید کاغذ پر مذکورہ بالا چار رنگوں کی روشنائیوں سے مطابقت پانچ سو
ہو بہو اصل تصویر تیار ہو جائے۔ یہ علیحدگی سرخ، ہرے اور نیلے کلر فلٹروں
(Colour Filters) اور رنگ و رنگ فلم (Panchromatic Film) کی مدد سے
مسلسل ٹون علیحدگی (Continuous Tone Separation) کے لیے کی
جاتی ہے۔ جب کاپی بورڈ اور کیمیرے کے عدسے (Lens) کے درمیان نیلا
فلٹر رکھا جاتا ہے تو صرف وہی شعاعیں گزرتی ہے جو پانچویں کالکلیج درج کرتی



عملیاتی پریس پر پریس (Letterpress Process) کے لیے
آرتھو فلم (Ortho Film) پر پریسنگ (Separation Negatives)
تیار کرنے کے لیے پریس اسکرین (Process Screen) کا استعمال کیا جاتا
ہے تاکہ پھر انھیں تماس دھاتی طباعت (Contact Metal Printing) میں
استعمال کیا جاسکے۔ آئینہ پر شک کے لیے پانچویں تیار کرتے وقت پریس
اسکرین بھی داخل کی جاسکتی ہے (دیکھیے آئینہ پر شک)۔
اسکرین (جرتی سینٹی میٹر 53-60 لائنیں بناتا ہے) کو ہر ایک
رنگ کے لیے گردش دی جاتی ہے تاکہ ایک کے برابر میں ایک ڈاٹ پرنٹ
ہو جائیں اور وہ ایک دوسرے پر چرے (Overlap) نہ ہونے پائیں۔



ایکھوڑی جانے تو تکلیف کے تاریک حصے شفاف یا سفید اور سفید حصے سیاہ یا تاریک بن جائیں گے اور ایسا محسوس ہوگا جیسے یہ اصل شے ہو۔ فلم پر اصل شے کے اس طرح عکس اتارنے کو پازٹیو (Positive) تیار کرنا کہتے ہیں۔ ایسا اس لیے ہوتا ہے کہ سیاہ یا تاریک حصوں سے کم اور ہلکے علاقوں سے زیادہ روشنی گزرتی ہے۔

حقیقی فوٹوگرافی (Creative Photography) میں بصری بیانات کے لیے کچھ اصل تصویروں مہیا کرانی جاتی ہے۔ یہ تصویریں تجارتی اور صنعتی فوٹوگراف، اسٹوڈیو، آرٹ اسٹوڈیو، بیڑے پر رنگ پریموں کے حقیقی شے مہیا کرانے ہیں۔ اگر ایک آرٹ فوٹوگرافی کا استعمال آرٹ اور نقل کو بہا اتارنے کے لیے کیا جاتا ہے اور یہ پر رنگ پر دیکس کا حصہ ہوتا ہے۔ اگر ایک آرٹ فریج کے لیے فوٹوگراف فلیس دو طرح کی ہوتی ہیں جن میں ایک اینڈ وضاحت کام کے لیے استعمال میں لایا جاتا ہے:

(1) آرٹو کرومیک (Orthochromatic): اس سے نمایاں فرق والے نتائج دستیاب ہوتے ہیں اور ہلکی خاکستری ٹونیں بحیرہ اندازہ کردی جاتی ہیں۔ اس لیے اس کا استعمال زیادہ ٹرائل ورک (Line Work) کے لیے کیا جاتا ہے۔

(2) فوکر ویک (Panchromatic): اس سے ہائی لائٹ علاقوں اور سائے دار علاقوں سے تمام نظیری رنگوں کے نہایت لطیف خاکستری ٹون (Grey Tones) تک اٹھانے جاسکتے ہیں اور اسی لیے خاص طور پر ان کا استعمال مسلسل ٹون تصاویر (Continuous Tone Pictures) کے لیے کیا جاتا ہے۔

فلم کی ایک تیسری قسم بھی عموماً استعمال کی جاتی ہے جسے ڈپلی کٹنگ فلم (Duplicating Film) کہتے ہیں۔ اس کا استعمال ایک ہی آپریشن میں تکثیر سے پازٹیو یا پازٹیو سے پازٹیو بنانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ پازٹیو کو اسمولٹن برادر (Emulsifide) فلم، غیر شفاف سطح پر بھی

اتارا یا بنایا جاسکتا ہے۔ اسے بروماڈ پرنٹ (Bromide Print) یا عام زبان میں فوٹوگراف کہا جاتا ہے۔ اس پرنٹ کی سطحی فنش (Finish) چند اور بھی ہو سکتی ہے اور دھندلی بھی۔ دونوں ہی معاملات میں فوٹوگراف کچھ کو سخت (Contrast)، معمولی ہلکا یا مٹا جاتا ہے تاکہ ان پر ہائی لائٹ اور سایہ دار علاقوں کی تفصیلات اٹھائی جاسکیں۔

کہنا بہت آسان اور میکانیکی لگتا ہے مگر پہلے پرف کے بعد رنگ کی صحیح کرنا کوئی آسان کام نہیں ہے۔ اس میں بڑی سختی کرنی ہوتی ہے۔ یہ باتھ سے ابھام دیا جانے والا کام ہوتا ہے اور اس کے لیے کئی کار کی مہارت درکار ہوتی ہے۔ ایک ہی پلیٹ کو کھل طور پر بھرتا بنانے کے لیے 10 گھنٹوں کی مدت بھی لگ سکتی ہے۔

فوٹوگرافی (Photography)

روشنی کے عمل سے مستقل طور پر سرئی مہمات تیار کرنے کے آرٹ یا عمل کو فوٹوگرافی کہتے ہیں۔ یہ اس اصول پر مبنی ہوتی ہے کہ کچھ کیلیدی مرکبات روشنی سے متاثر ہو جاتے ہیں۔ جب روشنی میں ایکھوڑا شدہ حصہ کو چند منٹ کیلیدی مرکبات کے تماس (Contact) میں لایا جاتا ہے تو وہ حصہ مستحکم اور گہرا (تاریک) ہو جاتا ہے۔ تاریک یا گہرا کرنے کا یہ اثر ایکھوڑی مقدار کے تناسب ہوتا ہے۔ جبکہ ایکھوڑا ہوا ذرات خود روشنی کی شدت (Intensity) اور مدت (Duration) پر منحصر ہوتا ہے۔ عملاً ہوتا ہے کہ کیلیدی مرکبات (جو زیادہ تر سلور بروماڈ (Silver Bromide) اور سلور آئیڈائیڈ (Silver Iodide) ہوتے ہیں) کو مناسب ہائڈروں (Binders) میں ملا کر شیرہ (Emulsion) بناتے ہیں اور انڈیمبر سے میں شفاف سیلوزاکی میٹ (Cellulose Acetate) کی ایک طرف اس کی پرت چڑھادی جاتی ہے۔ اس طرح تیار سامان کو فوٹوگراف فلم یا فوٹو سینسٹیو (Photo Sensitive) فلم کہا صرف فلم کہتے ہیں۔

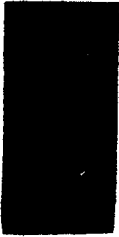
تیسرہ ایک ایسا آلہ ہوتا ہے جو مطلوبہ شیعہ کی روشنی کو فلم پر ڈالتا ہے۔ یہ کام عام طور پر ایسے بڑے محدب عدسہ (Convex Lense) کی مدد سے انجام دیا جاتا ہے جس کے فلم سے فاصلہ کو گھٹا بڑھا کر شیعہ کی شدت کو گھٹایا بڑھایا جاسکتا ہے۔ اپرچر (Aperture) سے روشنی کی شدت اور شر (Shutter) سے ایکھوڑی مدت کنٹرول کی جاتی ہے۔

جب فلم کو ایکھوڑا دیا جاتا ہے تو اصل شے کے چند احوال کو تاریک اور تاریک حصوں کو شفاف (سفید) ورق کے پیچھے رکھ کر دیکھیں تو سفید) بنا کر پیش کیا جاتا ہے۔ ان مخالف نتائج کی بنا پر شیعہ کو تکثیر (Negative) کہا جاتا ہے۔

اب اگر دوبارہ اس تکثیر سے روشنی گزرا کر ایک دوسری فلم

ہاف ٹون کی قسمیں (Types of Halftones)

اسکوائر کٹ (Square Cut) کٹ آؤٹ (Cut Out) وگنیٹ (Vignette) ڈراپ آؤٹ (Drop Out) اتصال (Combination)
 بلاک کے سرے عمودی زاویہ پر سروں پر سے اصل شے کا ڈاٹ سائز (Dot Size) رفتہ رفتہ دم تراش دیے جاتے ہیں۔
 ہیں منفرعاً کٹ کر دیے جاتے ہیں۔
 ہو کر صفر ہو جاتا ہے۔
 ہے۔



کاغذ (Paper)

پرٹ برادر کاغذ (Coated Papers)

مانند فی خوبصورتی عطا کردی جاتی ہے۔ یہ فینش (Finish) بالکل چکنی اور ہموار نہیں ہوتی۔ اس طرح یہ کاغذ جو سب سے عمدہ اسکرین اختیار کر سکتا ہے وہ 50 لائنیں فی س (50 lines per cm) تک کی ہو سکتی ہے۔

(2) آفسیٹ کارٹریج (Offset Cartridge): یہ مضبوط کھردری سطح والے کاغذ ہوتے ہیں اور آفسیٹ پریس میں سے انھیں اضافی چمک (Glazing) عطا کی جاتی ہے۔ آفسیٹ پریس میں پرنٹنگ کے دوران نمی شامل ہوتی ہے۔

(3) ایک ایک (Antique Papers): یہ کاغذوں کی موٹی قسم ہوتی ہے اور انھیں سانچہ (Mould) کی مدد سے تیار کیا جاتا ہے۔ اگر اس پر سانچے کے خطوط (Mould Lines) نظر آئیں تو یہ کاغذ ایک لید (Antique Laid) کہلاتا ہے اور اگر یہ خطوط نظر نہ آئیں تو یہ کاغذ ایک وڈ (Antique Wove) کہلاتا ہے۔

(4) سپر کلنڈرڈ (Super Calendered): اس سے یہ مراد لی جاتی ہے کہ کلینڈرنگ رولروں (Calendering Rollers) میں سے کاغذ کو گزار کر پالش کے ذریعہ اس کی سطح کو بہت زیادہ چمک عطا کردی گئی ہے۔

(5) مشین فینشڈ (Machine Finished): یہ کاغذ دونوں جانب سے چمکا ہوتا ہے مگر اس کی سطح کلینڈرڈ کے مقابلہ میں چکنی نہیں ہوتی۔

(6) مشین گلیزڈ (Machine Glazed): یہ کاغذ ایک طرف سے تو بہت چمکا اور چمکا ہوا ہوتا ہے مگر اس کی دوسری سطح بدستور کھردری ہی ہوتی ہے۔

رائٹنگ پیپر (Writing Papers)

(1) بانڈ پیپر (Bond Papers): بانڈ پیپر میں رگ (Rag) کا جزو موجود ہوتا ہے اس لیے یہ مضبوط ہوتا ہے۔ ابتدا میں اسے سرکاری بانڈ اور دستاویزات تیار کرنے کے مقصد سے بنایا جاتا تھا تاکہ یہ دستاویز تا دیر قائم رہیں اور کافی وقت گزر جانے کے بعد بھی خراب نہ ہونے پائیں۔ اسی وجہ سے ان کا نام بھی بانڈ پیپر پڑا ہے۔

ان کاغذوں کے اوپر عام طور سے چانکا ککے (China Clay)، زینک وٹھ (Zinc White)، چاک اور ایلیمینز (Adhesives) کی پرت چسپی ہوتی ہوتی ہے۔ یہ کوٹنگ (Coating) مشین سے تیار کیے جانے والے کاغذ کے رولس (Rolls) پر لگادی جاتی ہے تاکہ بہت چکنی اور یکساں طور پر ایسی جاذبی سطح تشکیل پاجائے کہ جس پر فائن اسکرین ہاف ٹون ڈاٹ (Fine Screen Half-tone Dots) پیدا ہو سکیں۔ کوٹنگ پیپر کا معروف نام ”آرٹ پیپر (Art Paper)“ ہے۔ اس کی ہماری اقسام ”آرٹ کارڈ (Art Cards)“ کہلاتی ہیں۔

(1) برش کوٹنگ (Brush Coated): کوٹنگ کرنے کے لیے گردش کرتے ہوئے اسطیل برشوں (Cylindrical Brushes) کا استعمال کیا جاتا ہے اور پیچے برشوں کی آگے پیچھے کی حرکت سے یکساں سطح بنانے کا کام لیا جاتا ہے۔ یہ سب کام کرتے وقت کاغذ کو مستقل طور پر ایک ربر کی اپرن (Rubber Apron) پر رکھ کر آگے بڑھاتے رہتے ہیں۔

(2) مشین کوٹنگ (Machine Coated): اس طریقہ سے کاغذ پر پرت چڑھانا کافی آسان ہے۔ یہ سطح پرت، برش کوٹنگ کے مقابلہ میں کمزور ہوتی ہے البتہ اتنی چکنی نہیں ہوتی۔

(3) کاسٹ کوٹنگ (Cast Coated): اس کاغذ کی سطح پر کوٹنگ کے اجزائے ترکیبی کے سلیپ کی پرت (Layer of Slip) سے کوٹنگ چڑھائی جاتی ہے۔ اس معاملہ میں آخری پالش (Final Polish) ہلٹ گلیزنگ ڈرم (Hot-glazing Drum) سے کی جاتی ہے۔ ان کاغذوں کی سب سے چکنی ہوتی ہے۔

غیر پرٹ برادر کاغذ (Uncoated Papers)

(1) ایمیتھن آرٹ پیپر (Imitation Art Papers): ایمیتھن آرٹ پیپر (Imitation Art Papers) بنانے کے لیے چانکا ککے اور دیگر اجزاء ترکیبی کو بذات خود گلدی (Pulp) کے ساتھ ملا دیا جاتا ہے اور کاغذ کو آرٹ پیپر کی

شفاف (Translucent) اور گریز پروف (Grease Proof) ہوتے ہیں۔

(5) گوند بردار پچھ (Gummed Papers): عام طور پر ان کے ایک جانب کو تنگ جڑی ہوئی ہوتی ہے تاکہ چھپائی کے اچھے نتائج برآمد ہوں اور دوسری جانب کو نہ لپکا ہوا ہو۔ انھیں برسات کے موسم میں اور نرم جگہ پر رکھنے کے لیے ہوشیاری برتنی پڑتی ہے۔

ہاتھ سے تیار کردہ کاغذ (Handmade Papers)

یہ سانچوں میں تیار کردہ (Mould-made) کاغذ ہوتے ہیں۔ ان میں ریگ (Rag) کا مضمر بہت زیادہ ہوتا ہے اور اسی لیے عام طور پر بہت مضبوط ہوتے ہیں۔ کیلنڈرنگ کے ذریعہ ان کی کھردری ساخت کو نرم کر کے عمدہ درمیانہ اور حقہ رف گرڈیں (Rough Grades) میں منسلک دیا جاتا ہے۔ نہ صرف یہ کہ اسے حقہ رف عطا کر دیے جاتے ہیں بلکہ کبھی کبھی تو اس وقت غیر معمولی شکل و صورت حاصل ہو جاتی ہے جب اس میں ریٹم کے دھماکے، سونے کے ورق کے پچھنے، رنگین ریٹے، سوکھی چٹاں، گھاس پھوس وغیرہ مخلوط نظر آتے ہیں۔

(1) ایملکس (Deckles): سانچوں سے تیار ہونے والے کاغذ کے قدرتی سرورں (کناروں) میں غیر معمولی جمالیاتی اثر پیدا کر دیا جاتا ہے۔ یہ کاغذ چھپائی کے وقت مسائل پیدا کرتے ہیں خصوصاً لیٹر پرس پر دسیس (Letterpress Process) میں کافی دقیق آتی ہیں کیونکہ کاغذ کی موٹائی میں بہت زیادہ تغیب و فراز ہوتے ہیں اور وہ یکساں نہیں ہوتی۔

کاغذ کے بین الاقوامی سائز (International Paper Sizes)

انٹرنیشنل اسٹینڈرڈ آرگنائزیشن (International Standard Organisation) یہ مندرجہ دیتی ہے کہ اسٹیشنری (Stationary) اور ترویجی لٹریچر (Promotional Literature) کے لیے مذکورہ بالا سائزوں میں سے سائز کا انتخاب کیا جائے۔ سائز A0 کا رقبہ ایک مربع میٹر ہوتا ہے۔ اس سے چکر اوپنے والے برطانوی اور امریکن سائزوں کی لمبی چوڑی صفوں کے مقابلہ مختلف کوالٹی کے اوزان (Weights) کا موازنہ کرنا آسان ہو جاتا ہے۔ مذکورہ بالا کاغذوں کو اگر لمبائی کی طرف سے دو برابر حصوں میں تقسیم کر دیا جائے تو سائز حاصل ہو جاتا ہے۔ اس طرح نسبت یکساں رہتی ہے۔

(2) بینک پچھ (Bank Papers): یہ بانڈ پچھ کی طرح ہی ہوتے ہیں۔

(3) لیڈ (Laid): یہ بھی رائٹنگ پچھ ہی ہوتے ہیں لیکن ان پر سانچوں (Moulds) کی ستواؤں کی لائنیں نظر آتی ہیں۔

(4) وڈ (Wave): وڈ رائٹنگ پچھ ان کاغذات کو کہتے ہیں جن میں تیار کردہ سانچوں کے ذریعہ ہی کیا جاتا ہے مگر ان پر سانچوں کی لائنیں نظر نہیں آتیں۔

(5) ایئر میل پچھ (Airmail Paper): یہ کاغذ بہت مضبوط اور بہت ہلکا ہوتا ہے تاکہ ڈاک دزنی نہ ہو پائے۔

(6) لیجر پچھ (Ledger Paper): یہ کاغذ مضبوط اور پختا ہوتا ہے۔ اس پر کیرس (خطوط) کھینچی جاسکتی ہیں۔ ہاتھ سے کٹنے جانے والے ایسے کھاتوں کے لیے یہ لیجر پچھ نہایت موزوں رہتا ہے جس کا استعمال بہت زیادہ کیا جاتا ہے یعنی جولوہر سے ادھر ہوتے رہتے ہیں۔

رپنگ پچھ (Wrapping Papers)

(1) براؤن پچھ، کرافٹ پچھ (Brown paper, Craft paper): براؤن پچھ اتنا مضبوط نہیں ہوتا جتنا کرافٹ پچھ ہوتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ کرافٹ پچھ میں کپڑوں کی ریمیں (Rags) کے علاوہ گھاس کے ریٹے بھی موجود ہوتے ہیں جو اسے مضبوطی عطا کرتے ہیں۔ یہ کاغذ عام طور پر شکن دار (Laid) ہوتا ہے۔ نصف درجن رنگوں کے علاوہ یہ سفید رنگ میں بھی مل جاتا ہے۔

(2) سلفائیٹ بورڈس (Sulphite Boards): ابتدا میں انھیں بجلی کے کام میں حاجز (Insulator) کے طور پر استعمال کیا جاتا تھا مگر یہ اپنی ظاہری شکل و صورت اور مضبوطی کی وجہ سے لوگوں کو اتنا بھایا کہ اس سے فلیٹ فائلز (Flat Files) تیار کی جانے لگیں۔

(3) مومی پچھ (Waxed Papers): انھیں غذائی اشیاء کو ملغوف کرنے (پلینڈ) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ اس پر کسی بے ضرر روکشائی سے چھپائی کی جانی چاہیے۔

(4) چرمی پچھ (Parchment Papers): انھیں یہ نام اس لیے دیا گیا ہے کہ یہ بھڑکی کھال سے ملتے جلتے ہوتے ہیں۔ یہ عام طور پر نیم

صورت کا انحصار پر توں میں کام آنے والے اجزاء کے ترکیبی ہوتا ہے۔

تج میں سے مجورے اور دونوں جانبوں یعنی اوپر نیچے کی پر تہیں
من پسند کاغذ سے تشکیل دے کر کتوں کو تغیرات دیے جاتے ہیں اور وہ یعنی
بورڈ (Linen Board)، ڈپلیکس (Duplex)، ٹریپلیکس (Triplex)،
ملٹی پلکس (Multiplex) بورڈ کہلائے جاتے تھے ہیں۔

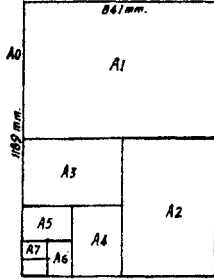
(1) ڈبوں کا گتہ (Box Board): تاکہ طرف سے یا دونوں طرف سے چٹان
ہو تاکہ ڈب کے باہری جانب چھپائی کرنے میں آسانی پیدا ہو جائے۔

(2) امٹرا بورڈ (Strawboard): سستا اور مضبوط گتہ ہوتا ہے جو جلد
سازی کی صنعت میں بڑا مددگار ثابت ہوتا ہے۔ کاغذ 480 اور اقل کے
رسموں (Reams) میں فروخت کیے جاتے ہیں مگر گتے کروں (Gross) یعنی
144 کے ٹکٹوں میں فروخت کیے جاتے ہیں۔

Paper Sizes (Current Practice—British standard)

The names and sizes have English feudal background: the classification is not scientific. Because of their popularity the names and sizes gained coinage.

foolscap.....13.5" x 17"	ivory card.....22" x 28"
crown.....15" x 20"	cover papers.....22.5" x 30.5"
demy.....17.5" x 22.5"	pulp board.....22" x 28"
medium.....18" x 23"	pulp board.....30 x 40"
royal.....25" x 30"	straw board.....25.5" x 30.5"
imperial.....22" x 30"	handmade.....22" x 30"
art cards.....22" x 28"	handmade.....18" x 23"



International Paper Sizes

ISO A Series (trimmed)

A0 841 x 1189 (mm)	33 1/8 x 46 7/8 (inches)
A1 594 x 841	23 4/8 x 33 1/8
A2 420 x 594	16 5/8 x 23 4/8
A3 297 x 420	11 7/8 x 16 5/8
A4 210 x 297	8 3/8 x 11 7/8
A5 148 x 210	5 8/8 x 8 3/8
A6 105 x 148	4 1/8 x 5 8/8
A7 74 x 105	2 9/8 x 4 1/8
A8 52 x 74	2 1/8 x 2 9/8
A9 37 x 52	1 5/8 x 2 1/8
A10 26 x 37	1 x 1 5/8

اتفاق سے A0 کا تعلق ٹریڈ سائز (Trimmed Size) یا کاٹ

چھانٹ کر عطا کردہ آخری سائز سے ہوتا ہے۔ مل سے نکلے ہوئے کاغذ کا سائز
نہایت زیادہ ہوتا ہے اور پرنٹنگ بلڈ اشکال (Printing Bleed
Illustrations) ملائی اور کٹائی کے بعد بھی مذکورہ بالا سائزوں کی اجازت
دیتا ہے۔

اسید ہے کہ یہ سیریز (Series) جلدی موجودہ استعمال میں لائی
جانے والی قسم (Variety) کی جگہ لے لے گی۔

گتے بورڈ (Boards)

انھیں موٹائی عطا کرنے کے لیے جب یہ تیلے ہوئے ہیں تو ان پر
گلدی (Pulp) کی پر تہیں چڑھا دی جاتی ہیں یا پھر مختلف کاغذوں کو ایک
دوسرے سے چپاں کر کے بھی یہ کام کیا جاسکتا ہے۔ البتہ اس طرح کی
جانے والی گتہ سازی مہنگی ثابت ہوتی ہے۔ ان کی مضبوطی اور ظاہری شکل و

کاغذ کی طبعی (Physical) خصوصیات

(i) بنیادی وزن (Basic Weight): فی روم وزن، چٹان کی کٹائی ہوتی ہے
مگر کاغذ کے سائزوں میں اختلاف کے سبب تحسب (Calculation) پریشان
کن ہو جاتی ہے۔ اگر میٹرک نظام (یعنی وزن فی مربع میٹر) اختیار کیا جائے تو
آسانی رہتی ہے۔

(ii) کلیمپر (Caliper): کسی بھی خاص قسم کے کاغذ کی موٹائی یکساں رہتی
چاہیے اور کیلپر پرس ہاف ٹون پر پرنٹنگ (Letterpress Halftone
Printing) کے لیے استعمال ہونے والے کوٹڈ اشکال (Coated
Stock) کے سلسلہ میں اس بات کی طرف خاص طور پر دھیان دیا جانا چاہیے۔

(iii) ضخامت (Bulk)، مٹھن (Density)، کشش قوت (Tensile
Strength)، چاک کرنے کی طاقت (Tearing Strength): باہمی طور
پر خشک خصوصیات ہوتی ہیں اور ان کا انحصار کوٹنگ اور گلدی کے اجزاء

(iv) ایس۔ سی (S.C.) یا Super Calendered): مکمل حالت میں ایف۔ ایف کاغذ پر بہت زیادہ ہلاؤ دلی گینڈرنگ کی جاتی ہے۔ اس سے کاغذ حقیقی سطحوں میں چکنا ہو جاتا ہے۔ مگر اس کی ضخامت اور غیر شفافیت (Opacity) دونوں سے ہاتھ دھو پڑتا ہے۔

(2) سطحی طاقت (Surface Strength): کاغذ میں مندرجہ ذیل خالیوں سے بچنے کے لیے کاغذ کی سطح کے عمودی سمت میں کشنی طاقت (Tensile Strength) کی ضرورت ہوتی ہے۔

(i) پکنگ (Pickling): اس میں کاغذ کی بڑی سطح پر روشنائی کے تماس (Contact) میں پیچھے اور گھسٹوں ریشے آجاتے ہیں۔

پر تنگ کے دوران نہ کورہ والا پکنگ کاغذ کی لمبی چوڑی غوس سطح پر نشان کرتی رہتی ہے۔ بہر حال اس بات کو چیک کر لیتا چاہیے کہ کبھی ایسا تو نہیں کہ یہ بل میں کاغذ کی تنگ یا ٹنٹک کے دوران ٹھنسنے والے دھول کے ذرات ہوں۔ ریشوں کی مائیت (Quality)، ہیٹنگ پریس (Heating Process)، دیم پریشر (Wet Pressure) اور سائزنگ پریس کی مقدار (Amount of Sizing Process) سے سطحی طاقت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

کاغذ کی مطالری (Optical) خصوصیات

پکنگ، رنگ، غیر شفافیت (Opacity) اور شفافیت (Transparency) کا درجہ دار ریشہ اور اس کی تھچنگ (Thatching) اس کی کثافت (Density)، ہیٹنگ (Bleaching)، ایڈیٹوز (Additives) اور کوٹنگ (Coatings) پر ہوتا ہے۔ ضروری نہیں ہے کہ شو قرو (Show Through) کا سبب صرف کاغذ کی شفافیت ہی ہو، روشنائی کی بہت زیادہ پوٹیشی بھی اس کا سبب ہو سکتی ہے۔

مختلف قسم کی مطالری کارروائیوں میں درکار کاغذات

(i) لیٹر پریس (Letterpress): زیادہ تر کاغذ ایسے ہوتے ہیں جن پر لیٹر پریس سے چھپائی ہوتی ہے۔ صرف چند خصوصی طور پر چھدار کاغذ ایسے ہوتے ہیں جنہیں آئیٹ سے چھاپنے وقت روشنائی کی تعلیق (Adjustment) کرنی پڑتی ہے۔ ایسے موقع پر نسبتاً چمکی فٹش والا کاغذ تو بچنی

ترکبھی کی نسبت اور کاغذ کو دی جانے والی گینڈرنگ کی مقدار پر ہوتا ہے۔

گرین (Grain) بھی طاقت کے سلسلے میں اپنا کردار ادا کرتا ہے۔

(iv) نرمی (Softness): یہ کرپ پیپر (Crep Paper) اور فٹو پیپر (Tissue Paper) کو عطا کی جاتی ہے۔ یہ دباؤ پر آزمائی جانے والی کٹر مزاحمت (Lower Resistance) ہوتی ہے۔ جبکہ سختی اس کے بالکل برعکس چیز ہے۔

(v) جمعی استحکام (Dimensional Stability): ایم۔ ڈی Machine Direction) (M.D.) یعنی کاغذ کے رول کی لمبائی کی سمت میں زیادہ ہوتا ہے اور سی۔ ڈی (Cross Direction) (C.D.) کثافت اور کوٹنگ کا اضافہ ہو جانے کے سبب بھی استحکام میں اضافہ ہوتا ہے۔

کھر پر تنگ کے رجسٹریشن کے معاملے میں اس چیز کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ نمی اور طبعی پھیلاؤ (Physical Stretching) خصوصاً آئیٹ پر تنگ میں جمعی استحکام پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

(vi) پائیداری (Permanence): کچھ دستاویزی کام کاج میں پائیداری کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ اس لیے کاغذ کی تیاری کے دوران تجربات کی تعدیل (Neutralise) کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

کاغذ کی سطحی خصوصیات

(i) آخری اصلاح (Finish): یکساں اور عمدہ چھپائی (طعامت) اور بے داغ روپ رنگ کے لیے یکساں چکناہٹ کا ہونا نہایت ضروری ہے۔ مندرجہ ذیل آخری اصلاحات (Finishes) بڑے مقبول ہیں:

(i) ایف۔ ایف۔ (M.F. یعنی Machine Finished): کاغذ کی تیاری کے دوران گینڈرنگ کو کنٹرول کر کے کم، درمیانہ اور اعلیٰ درجہ کی چکناہٹ پیدا کی جاتی ہے۔

(ii) قدامت (Antique): کم فٹش (Low Finish) تقریباً ہاتھ سے تیار کردہ کاغذ کی مانند۔

(iii) ایم۔ جی۔ (M.G. یعنی Machine Glazed): مکملی اسلج (Wet Stage) پر صرف تار والی سمت (Wire Side) بہت زیادہ چھدار سلینڈر (Highly Glazed Syllinder) پر سے گزاری جاتی ہے۔

طور پر کوئی مسئلہ نہیں کھڑا کرے گا البتہ کھر دے کاغذ پر کئی پچھی شہید (Image) آئے گی۔ مندرجہ ذیل کم ترین معیاروں کا خیال رکھنا چاہیے:

- ٹائپ اور لائن بلاک (Types and Line Blocks): اس کے لیے کوئی بھی ٹیکسٹ صحیح کالی بہتر حالت ہوتا ہے۔

• بہت فائن لائن بلاک اور کورس اسکرین (Very Fine Line Block and Coarse Screen): مشین فٹش۔

• ہاف ٹون 100-110 لائن اسکرین: پیرکینڈرڈ فٹش۔

• ہاف ٹون 120 لائنیں اور فائنر (Half-tones 120 Lines and Finer): کوئیڈ ہیر۔

• (ii) آفیسٹ: اس پر دیس کے لیے ایسے کاغذات کی ضرورت ہوتی ہے جن کی سطح کی سائز بندی (Surface Sized) کر لی گئی ہو تاکہ وہ نمی اور کھٹک کا مقابلہ کرنے کے قابل ہوں۔ لیتھو کی زیادہ چھچی روشنائی تو گلدی کے دیشے صحیح کام خراب کر دیتی ہے۔

اس کے کم ترین معیار مندرجہ ذیل ہیں:

- ٹائپ اور لائن بلاک (Types and Line Blocks): کوئی بھی لیتھو سائزڈ ہیر (Litho Sized Paper)۔

• ہاف ٹون 150-200 لائنیں: کوئی سامی پیرکینڈرڈ ہیر۔

• 200 لائنوں سے زیادہ: کوئیڈ ہیر۔

• معمولی عمدہ ہاف ٹون (حتی کہ مٹی ٹکر بھی) ایمباسڈ (Embossed) ہیر پر بھی پرنٹ کیا جاسکتا ہے۔

(iii) گرے وچر (Gravure): گرے وچر روشنائی زیادہ تر تہیز

(Evaporation) سے اور بہت کم جذب (Absorption) سے خفٹ ہوتی ہے۔ کاغذ کیساں کلیمپر (Caliper) سٹیک ہونا چاہیے اور اس کام کے لیے بہت زیادہ معدنی فلٹر (Mineral Filter) لگانے پڑتے ہیں۔ سائزنگ کی بھی بہت اہمیت ہوتی ہے۔

(iv) سلک اسکرین (Silk Screen): زیادہ تر کاغذ سلک اسکرین کی چھائی گولی لیتے ہیں۔

• تصویلات کے لیے استعمال کیا جائے والا کاغذ (Paper for Illustrations)

• کثیر رنگی چھائی میں رنگوں کی چمک پیدا کرنے کے لیے بہت زیادہ سفید کاغذ کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاغذ کا حد دلان تمام رنگوں پر اثر انداز ہو کر انھیں حد دلانا دے گا۔

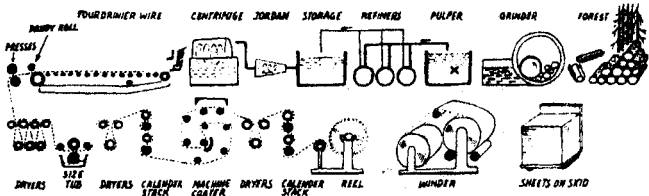
• عمدہ تصویلات کے لیے: لیٹر پریس اور آفیسٹ (طاعت کے لیے) فائن اسکرین استعمال کیا جاتا ہے اس لیے بہت چھچی کو ٹکٹ والے کاغذ درکار ہوتے ہیں۔

• لائن ورک (Line Work): اگر لائن ورک بہت فائن ہو تو لیٹر پریس کے لیے چھنے کاغذوں کی ضرورت پڑتی ہے جبکہ آفیسٹ کے لیے اسٹے زیادہ چھنے کاغذوں کی ضرورت نہیں پڑتی۔

• اگر تصویلات اس قسم کی ہوں کہ ان میں زیادہ تر قریبیں رنگ بھرے ہوئے ہوں تو کاغذ، خاص طور پر پیک (Picky) نہ ہونا چاہیے۔

• کندہ کاروں (Engravers) اور آف سیٹ پرنٹروں سے اس کاغذ پر کلر پروف (Colour Proofs) لیتا چاہیے جس پر آخری چھائی (Final Printing) کی جائے گی۔

• کنڈر وڈ (Kunder Wood): کنڈر وڈ روشنائی زیادہ تر تہیز



پرنٹ فینشنگ (Print Finishing)

ہیں۔ البتہ طاعت شدہ اور پوری طرح تیار (Finished) کام کو معوی کرنے، پینٹنگ اور لائٹس میں آسانی بھی یہ پانچنے یا صرف خوشنما میں اضافہ کرنے کے لیے مندر ذیل چند ایک کام ہاتھوں سے بھی انجام دیے جاتے ہیں:

چپکانے اور چھپانے کے کام (Pasting or Mounting): مطبوعہ کاغذ کو ایک اسٹرابورڈ (Strawboard) پر چپکا دیا جاتا ہے جیسے مثال کے طور پر — شو کارڈ (Show Card) جسے کاؤنٹر ڈسپلے کارڈ (Counter Display Card) بھی کہا جاتا ہے۔ فیدگی (Curling) سے بچانے کے لیے مطبوعہ کاغذ کی پشت پر اسی کے مائل ایک اور کرا کاغذ چھپا کر دیا جاتا ہے۔

لین کا سہارا دینا (Easeling): شوکارڈ کو ایسے زاویہ پر کھڑا کرنے کے لیے جس سے پڑھنے میں آسانی ہو اسے ایک قبضہ بردار (Ginged) اسٹرابورڈ کے چین (Easel) کا سہارا دیا جاتا ہے۔ ایزل کو شوکارڈ کی پشت پر لگا دیا جاتا ہے۔

ٹین کی پٹی مرحٹا (Tin Edging): دیواروں پر ٹانگے جانے والے کلینڈروں کے مختلف صفحات کی جڑ بندی کرتے وقت ان صفحات کو یکجا کر کے ان پر ایک ایسی ٹین کی پٹی مڑی دئی جاتی ہے جس کے بھونچے مومنے دھانچے کا ایک جھلا بھی لگا ہوا ہوتا ہے۔ اس سے کلینڈر کو دیوار پر ٹانگے اور کھارے میں مدد ملتی ہے۔

آئی لیٹنگ (Eyeletting): اس عمل کے دوران ایک چمید بردار آئی لیٹ (جیسا کہ جوتے میں ہوتا ہے) لگایا جاتا ہے۔ اس کے ذریعہ ڈوری ڈال کر بندھائی کی جاتی ہے۔ آئی لیٹ کے سبب کارڈ سورخ پر سے کٹا بھٹتا نہیں ہے۔ آئی لیٹ کئی رنگوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔

کونے گول کر دینا (Round Cornering): کتابوں اور ڈائریوں پر جلد چڑھانے سے قبل سلائی کی جانے والے سروں کے کونوں کو گولائی میں موڑ دیا جاتا ہے۔

”پرنٹ فینشنگ“ میں مختلف قسم کی کارڈائیوں کو شامل کیا جاسکتا ہے جیسے وارنیش کرنا (Varnishing)، گرین چنگ (Grain Punching) اور کتاب کو خوش وضع انداز میں پیش کرنے کے لیے کاغذات کی چھپائی مکمل کر لینے کے بعد جلد بندی کرنا وغیرہ۔



جہاں تک پیغام رسانی کا تعلق ہے تو یہ کام صرف ایک ہی پر تنگ پروسیس سے بھی پایہ تکمیل کو پہنچ سکتا ہے لیکن ایذا نگر مٹی اثر (Visual Appeal) کو زیادہ موثر بنانے کے لیے کچھ اور کارڈائیاں انجام دینا بھی ضروری سمجھ سکتا ہے جیسے وہ اس میں چمک دک (Gloss)، کشش اور دلربائی (Glamour)، گہرائی اور لطافت (Richness)، ایک خاص حرارتی کیفیت (Mood)، صداقت (Authenticity) وغیرہ جیسی باتوں کو بھی شامل کرتا چاہ سکتا ہے۔ اس طرح ”پرنٹ فینشنگ“ کی منویت اور بھی بڑھ جاتی ہے۔ اس لیے جلد سازی کرانے سے قبل مطبوعہ اور اق کو کسی خاص فینشنگ شاپ (Finishing Shop) کو بھیجنا ہی پڑ سکتا ہے۔

طاعت کی اصل کارڈائی کرنے سے قبل پر تنگ پروسیس کے علاوہ پرنٹ فینشنگ کو مندرجہ ذیل تین مراحل میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

- (1) وارنیش کرنا، ورق داری (Lamination)، گریننگ (Graining) وغیرہ۔
- (2) چنگ (Punching)، چھدائی (Perforation)، حکن ڈالنا (Creasing) وغیرہ۔
- (3) جلد سازی (Binding)۔

مذکورہ بالا تمام کام عام طور پر مشینوں کے ذریعہ انجام دیے جاتے

کیے بغیر میل اور فیملی سانچوں کے ذریعہ (دھات پر کی جانے والی کندہ کاری Engraving) فیچے اُتارے جاتے ہیں تو اس کاروائی یا پروسس کو بلاسٹنڈ ایبوسنگ کہتے ہیں۔ ایسے فیچوں کا بیٹھ ایک ثبت اور ایک مٹنی پہلو ضرور ہوتا ہے۔ اب اس کا دار و مدار آرٹسٹ کی مرضی پر ہے کہ وہ دونوں میں سے کس پہلو کے اثر کو ثبت انداز میں اجاگر کرنا اور بھرا س کے مطابق آرٹ ورک تیار کرنا چاہتا ہے۔

مٹنی کی ڈائی گہری کھدی ہوئی (Deep Engraved) ہوتی ہے اور ایک فیملی (ڈائی) کے طور پر کام کرتی ہے جبکہ اس سے مٹشیں پر جو بلاسٹنڈ آف بوس (Plaster of Paris) کا سانچہ ڈھالا جاتا ہے وہ میل (Male) کے طور پر کام انجام دیتا ہے۔ ان کے نیچے دباؤ (Pressure) کے تحت جو بھی کاغذ گزر رہا ہے اس پر بے روشنائی والے (بلاسٹنڈ) سانچہ کا نقشہ اتر آتا ہے۔ فوٹو کی مزین عمل و صورت کا دار و مدار کندہ کار (Engraver) کے ذریعہ بنائے جانے والے مزین سانچہ (Dye) پر ہوتا ہے۔

ہاتھ سے بنائے جانے والے سخت قسم کے کاغذوں، کارڈز اور دیگر سخت کاغذات پر سب سے بھتر اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ کوئی برادر کاغذوں پر بلاسٹنڈ ایبوسنگ کا مشورہ ہر گز نہیں دیا جاتا کیونکہ ان کاغذوں پر جب دباؤ (Pressure) پڑتا ہے تو ان پر موجود کوئی ٹھیک جاتی ہے۔

مٹی حروف اور ڈرائنگ کی طباعت کرنے اور ان میں مثبت کاری (Relief) کا اضافہ کرنے کی دیگر کاروائیاں بلاسٹنڈ ایبوسنگ پر مشتمل ہو سکتا ہے۔ ڈائی یا سانچہ میں پین پوائنٹر رجسٹر (Pin Point Register) موجود ہوتا چاہیے۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ اسے اسی نیگٹیو (Negative) سے بنایا جائے جس سے ایگریجنگ بنائی گئی ہے۔

فول اسٹمپنگ (Foil Stamping): خصوصی قسم کے کاغذ پر دھات کے ورق چپکے ہوئے اور پلنڈوں (Rolls) کی شکل میں لپٹے ہوئے ہوتے ہیں، حرارت اور دباؤ کے اثر سے یہ ورق کاغذ یا اسٹیک، چمڑے اور کپڑے وغیرہ پر بھی، پر مٹل ہو جاتے ہیں۔ یہ مٹل گرم سانچہ کی کندہ سطح (Engraved Surface) کے مطابق ہوتی ہے۔ اگر ڈائی (سانچہ) کو مثبت کاری کے لیے کندہ کیا گیا ہو تو اس سے اترنے والا نقشہ بھی ابھرواں (Relief) یا ایبوس شدہ

گلا کاغذ یا رنگ (Gulld Edging or Dyeing): اسپائن (Spine) کو چھوڑ کر کتاب کی تینوں اطراف پانی میں گھلے ہوئے رنگ اسپرے کر دیا جاتا ہے یا پھر کسی چپلے والے بلاہ کی مدد سے بہت سی مٹشیں ورق چپکا دیا جاتا ہے۔

انزروشن (Insertion): لیبلنگ (Labelling)، ٹگ (Tagging): لٹائے بھرے، لیبل اور ڈاک ٹکٹ چسپاں کرنے، ٹگ لگانے، ربن بوز (Ribbon Bows) بٹھا کرانے، رتقین ڈوریاں ڈالنے وغیرہ سے مستفید کچھ ایسے کام اور خدمات بھی ہوتی ہیں جنہیں زیادہ تر پرنٹر فراہم کرتے ہیں۔

ٹیپنگ (Tipping): کسی ایک کنارے پر گوند کی ایک مٹی سی لکیر کے ذریعہ کسی مطلوبہ تصویر (جیسے اکثر پلیٹ (Plate) بھی کہا جاتا ہے) کو الگ سے چپکانے کے کام کو ٹیپنگ کہتے ہیں۔ آرٹ کی کتابوں میں اکثر اس قسم کی چسپاں فٹشیں موجود ہوتی ہیں۔

چار اہم کاروائیوں کے علاوہ کی جانے والی طباعتی کاروائیاں

(Printing Processes, Other Than the Main Four)

طباعت کا زیادہ تر کام لیٹر پریس یا آفیسٹ پروسس سے ہوتا ہے۔ گرے وچر کے لیے بہت لمبے رن (Runs) کی ضروری ہوتی ہے؛ مٹو بہت زیادہ تصویر بردار میگزینوں کی چھپائی میں اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ مسک اسکرین کا استعمال چھوٹے رنوں کے لیے کیا جاتا ہے اور اس میں ہاف ٹون (Halftones) سے مراد مٹش فیچوں (Mat Finish Impressions) کی ضرورت پڑتی ہے۔ مذکورہ بالا کاروائیوں کے علاوہ بہت سی خصوصی قسم کی مرنائی (Visual Appeal) پیدا کرنے کے لیے کچھ اور پرنٹنگ کاروائیاں بھی کی جاتی ہیں جیسے ابھرواں حروف (Raised Letters)، طلائی یا سنہرا ورق چمڑے ہوئے حروف (Letter in Gold Foil)، مٹل سطح (Velvet Surface) وغیرہ۔ ان میں سے چند کاروائیوں (Processes) کو ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

بلاسٹنڈ ایبوسنگ (Blind Embossing): جب روشنائی یا ورق استعمال

تھرموگرافک پرنٹنگ (Thermographic Printing)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں تازہ تازہ مطبوعہ لیٹر پر کسی چھپائی کے روشنائی بردر حصہ پر ایک قسم کا پاؤڈر چھڑکا جاتا ہے۔ پھر اسے پکانے کے لیے ایک بچے (Oven) میں سے گزرتے ہیں، فوراً ہی یہ پاؤڈر خشک ہو کر اوپر کو ابھر آتا ہے اور اس طرح تصویر کا کافی اونچا نقش (Relief) بن جاتا ہے۔ یہ خشک میں غوس علاقوں (Solid Areas) کے لیے اس طریقہ (Process) کو اختیار کرنے کا مشورہ اس لیے نہیں دیا جاسکتا کہ اس قسم کی چھپائی سے وہ علاقہ ہموار دکھائی دینے کے بجائے دھبے دار (Mottled) دکھائی دینے لگتا ہے۔ پچھلے کاغذ کی سطح پر کافی عمدہ نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ اس پر دس کے لیے کراس ہچنگ (Cross Hatching) قسم کی سمین لائنیں بنانے کا مشورہ نہیں دیا جاسکتا۔

DATE _____
BILL NO **1234**
SALES CODE _____

مندرجہ بالا لے آؤٹ کے لیے دو مرتبہ چھپائی کرنی ہوگی کیونکہ نمبر ڈالنے والی مشین کی بڑی ٹاپ کمپوز میں ذیل کی طرح منسلک نہیں کی جاسکتی۔

DATE _____
BILL NO **1234**
SALES CODE _____

فلکسوگرافی (Flexography)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں مثبت کاری والی عرصت کندہ کاریوں اور ٹائپوں کے بجائے ربر کی پلیٹوں سے کی جاتی ہے تاہم پائپر

(Embossed) ہوتا ہے۔ اسی لیے مشین میں گزرنے سے قبل اس کام کے لیے استعمال میں آنے والے میل (Male) کو پلاسٹر آف پیرس سے تیار کیا جاتا ہے۔ بہر حال یہ کام کسی بھی طرح کیوں نہ کیا جائے مطبوعہ کام یا حروف کو کچھ کر ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے انھیں واقعی سونے یا چاندی میں ڈھل دیا گیا ہو۔ ان کی مشین ہوشکرت دیکھ کر قاری (Reader) حیر زدہ رہ جاتا ہے۔ اس کام کے لیے ہر وہ کاغذ اور گٹا بھرتا ہے جو دباؤ برداشت کر سکتا ہو۔ ہر ایک کاغذوں پر مثبت کاری کے اثرات مرتب کرنے کے لیے ایگریوٹک کی گہرائی بہت زیادہ نہ ہونی چاہیے۔

ڈائی پرنٹنگ (Dye Printing)

یہ ایگریوٹک کے خالی حصہ (Recess) یا جوف سے کی جانے والی طاعت ہوتی ہے۔ خالی حصہ یا جوف کا مطلب ہے گرے وچر نفی کرڈ (Gravure Minus Grid)۔ عام طور پر ایگریوٹک ایک اسٹیل کی ڈائی (سانچہ) ہوتی ہے۔ اس میں استعمال کی جانے والی روشنائی تو تھ پیٹ کی مانند گاڑی ہوتی ہے۔ دایر بلائیڈ سوپ (Wiper Blade Sweeps) ڈائی کی سطح کو اس انداز میں صاف کرتے رہتے ہیں کہ روشنائی صرف جوف یا خلا (Recess) میں ہی باقی رہ پاتی ہے۔ بعد میں جب ڈائی کی سطح پر کاغذ رکھ کر دباؤ ڈالا جاتا ہے تو کاغذ صرف روشنائی ہی جذب کر پاتا ہے۔ نتیجتاً روشنائی کا ایک ہی ٹیپ کاغذ پر اتر آتا ہے۔ اگر اس طریقہ سے باقاعدہ نشانات / علامات (Prestigious Emblems)، کوٹ آف آرمس (Coat of Arms)، دفتر سے متعلق ذاتی اسٹیجری، کتابوں کے کور (Cover)، گریٹنگ کارڈ وغیرہ چھاپے جائیں تو یہ بڑی مرحوب کن ہوتی ہے۔ تاہم طاعت کا یہ سب سے سست و طریقہ ہے اور اسی لیے بہت مہنگا بھی پڑتا ہے۔ روشنائی کی تہ کی مورتی کے مد نظر اس قسم کی طاعت کو سیکھنے میں ایک سے تین دن تک لگتے ہیں۔ اس کے باوجود بھی ان مطبوعہ کاغذات کے رکھ رکھاؤ کے معاملہ میں بڑی ہوشیاری برتی جاتی ہے۔ چھپائی کے لیے ہر قسم کا کاغذ موزوں رہتا ہے۔ پہلے یہ کام صرف اچھے سے کیا جاتا تھا مگر اب مشینوں سے بھی ہونے لگا ہے۔

کی مدد سے کافی انداز میں خطوط کھینچے جاسکتے ہیں (ملاحظہ کیجئے ٹائپ اور حروف سازی)۔ اس میں ہوشیاری سے ٹیک ریڈی (Makeready) سے کام لیا جاتا ہے جیسے ڈائریاں، طلبا کی کاپیاں، مختلف قسم کے کانٹ بکس وغیرہ۔

فلوئنگ (Flocking)

۔۔۔ اس عمل کے ذریعہ کھینچے ہوئے سک اسکرین چھاپی پر فلک قابض (Flock Fibers) چسب کر دیے جاتے ہیں جس سے عملی نقش پیدا ہو جاتی ہے۔ ان ریشوں کو ڈھیر کی شکل میں استعمال حال (Standing) چسب کرنے کے لیے برقی سکونی میدان (Static Electric Field) درکار ہوتا ہے۔ فلک دسیوں قسم کے رنگوں میں دستیاب ہو جاتا ہے۔ فلوئنگ کے بعد کھینچن ٹائپ اور سطریں اجاگر نہیں رہا کرتیں (یعنی دم چڑھتی ہیں)۔ یہ پروسس جلی اور چوڑے علاقوں کے لیے ہی بہتر رہتی ہے۔

دارلش (Varnishing)

مشین مطبوعہ صفحات پر صاف شفاف دارلش کی مہین پرت پوت دیتی ہے۔ اس طرح ایک طرف کاغذ کی نمی سے حفاظت ہو جاتی ہے وہیں دوسری جانب اس پر چمک بھی پیدا ہو جاتی ہے اور کاغذ مضبوط ہو جاتا ہے۔ کچھ اشتہارات کے لیے یہ ایک دل پسند خصوصیت قرار دی جاتی ہے۔ ایک گھنٹہ میں 150 صفحات پر دارلش پھیری جاسکتی ہے مگر انھیں سوکھنے میں تقریباً 36 گھنٹے لگتے ہیں۔ کتابوں کے کوروں (Covers) کے علاوہ دارلش صفحات پر بھی دارلش پوتی جاسکتی ہے بشرطیکہ یہ کوئٹڈ کاغذ (Coated Papers) ہوں۔ بغیر کوئٹڈ کاغذوں (Incoated) پر دارلش نہیں پوتی جاسکتی۔ ترویجی ادب کو زیادہ تر طلبا کی کامیابی کا نام لیا جاتا ہے یعنی اس پر دارلش ضرور پوتی جاتی ہے۔

لمینییشن (Lamination)

لمپ باؤنڈ بکس (Limp Bound Books)، پتھر بکس (Paper Backs)، رکارڈ بکس (Record Jackets) اور بکس کی کتابوں پر عموماً ایک شفاف ایسی صفحہ فلم (Transparent Acetate Film) چڑھا دی جاتی ہے۔ اس طرح دارلش کے مقابلہ میں زیادہ حفاظت ہو جاتی ہے اور اس قسم

آف جرس کے ایسے سانچے تیار کرنے کے لیے ٹائپ سٹیک اور ایگریگٹ بنانے ہی ہوتے ہیں جن سے ربر یا پلاسٹک کی ٹیپیں ڈھال جاتی ہیں۔ یہ طریقہ صرف پانی ٹھن، پتھر کارٹن (Paper Cartons)، پینٹنگ پتھر کے پلندوں (Rolls) وغیرہ پر جلی حروف میں لیٹل کی چھاپی کرنے کے لیے ٹھیک رہتا ہے۔ ربر کی تری کے سبب پین پائٹ ریشٹین کے امکانات ختم ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر یہ مشینیں روٹیری ٹائپ (Rotary Type) کی ہوتی ہیں۔ ان سے ایک گھنٹہ میں 15000 صفحات کی چھاپی کی جاسکتی ہے۔

نمبر ڈالنا (Numbring)

گنتوں اور کچھ ایسٹری سے تعلق رکھنے والی چیزوں جیسے بھگنوں (Invoices)، رسیدوں (Receipts) وغیرہ پر سلسلہ وار نمبر ڈالنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ نمبرنگ مشین ایک چھوٹی سی ایسی میکانیکی ترکیب ہوتی ہے جسے ہاتھ کے ذریعہ استعمال کیا جاتا ہے یا پھر اسے لیٹر پریس فرسے سے منسلک کر دیا جاتا ہے۔ یہ مشین مسلسل انداز میں چھاپی کے ساتھ ساتھ نمبر بھی ذاتی جلی جاتی ہے۔ ہاتھ سے استعمال کرنے پر اس بات کی توقع نہیں کی جاسکتی کہ تمام کاپیوں پر ٹھیک ایک خاص مقام پر ہی نمبر پڑیں گے۔ مشین سے مطابقت کرنے کے عمل کے دوران نمبر کے ارد گرد مشین کی بناوٹ کے سبب ایک خاص جگہ خالی چھوڑی پڑتی ہے۔ اگر لے آؤٹ میں ایسی کوئی جگہ موجود نہ ہو تو نمبر ڈالنے کا عمل دوسری مرتبہ کی چھاپی کے دوران ہی واقع ہوگا اور ایسی حالت میں اسے (نمبر کو) کسی دوسرے رنگ سے بھی چھاپا جاسکتا ہے۔

سطریں ڈالنا (Ruling)

اس عمل سے مراہے ہر ایک اور درمیانہ موٹائی کی متوازی لائنیں (خطوط) کھینچنے۔ یہ کام خصوصی روٹنگ مشین سے کیا جاتا ہے۔ اس مشین میں خصوصی فاروں سے پانی میں مکمل ہوئی روشنائی قلموں (Pens) یا ایسی ڈسکوں (Discs) کے ذریعہ فراہم کرائی جاتی ہے جن کے درمیان مسادی فاصلہ ہوتا ہے اور جواک یہ صفحہ ہی نصب ہوتے ہیں۔ اگر ایک دوسرے کو قطع کرتی ہوئی لائنیں کھینچتی ہوں تو کاغذ کو مشین سے دوسرے طرف نکالا جاتا ہے۔ اس طرح کاغذ کے بڑے بڑے صفحات پر کمپوز شدہ سطروں (Composed Rules)

میں یہ 60 cm لمبائی کی لائن ڈال سکتی ہے اور ایک وقت 6 اوراتی میں پمید کر سکتی ہے۔ اوراتی کی تعداد کا انحصار دراصل کاغذ کی موٹائی پر ہوتا ہے۔

پرہنگ کے دوران بھی ایک اور طرح سے اسی قسم کے سوراخ بنائے جاسکتے ہیں، مگر یہ کام صرف لیٹر پریس کے ذریعہ ہی کیا جاسکتا ہے۔

اس کام کے لیے مطلوبہ لائن کے مطابق ٹائپ ہائٹ (Type Height) سے کچھ اونچا ڈیش رول (Dash Rule) استعمال کیا جاتا ہے۔

آفس اینشوری کے علاوہ ہر قسم کے کٹلوں کے لیے چھدائی کی ضرورت پڑتی ہے۔

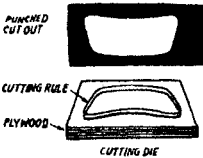
چمک (Punching): مطبوعہ کاغذ یا کارڈ کے غیر مطلوبہ حصہ کو کاٹ دینے کو چمک سے موسوم کیا جاتا ہے۔ لفافوں اور کتے وغیرہ کے ڈس (Cartons) کی چمک عموماً غیر مطبوعہ اشاک کی شکل میں بھی کی جاتی ہے۔ میچنگ

کارخانوں (Packaging Industries) میں چمک کا استعمال سب سے زیادہ کیا جاتا ہے۔ پائنٹ آف پریچر (Point of Purchase) اور ڈسٹریکٹ سٹیل

(Direct Mail) سے متعلقہ اشیا کے لیے اکثر مطبوعہ ڈیزائن میں چمک، رکاب

ہوتی ہے۔ پاپ آؤٹ (Pop Out) اثرات کے پیش نظر بچوں کی کچھ کتابوں اور گریٹنگ کارڈوں میں بھی کچھ بچ شدہ صفحات موجود ہوتے ہیں۔

سادہ چھوٹیری کی شکلوں والے بچہ اسٹیل کی دھار دار خصوصی پٹیوں کی مدد سے کپڑے تیار کر دیتا ہے۔ بے ترتیب لائنوں پر کاغذ وغیرہ



تراشنے کے لیے مذکورہ بالا شکل کی ڈائی استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈھبے ہوئے اسٹیل کے بچہ درپا ہوتے ہیں۔ ان سے کاغذوں کے ڈھیر کو بچہ کیا جاسکتا

ہے۔ یہ اسٹیل رول ڈائی کی شکل میں قریب قریب لگے ہوتے ہیں اور ان سے ورق در ورق بچہ ہوتا رہتا ہے۔

کا سامان نمی وغیرہ سے فرسودہ نہیں ہو پاتا اور پٹک دمک میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے۔ جس کام پر لمبی ٹیشن استعمال کیا جاتا ہے اس کی خوبصورتی اور جاذبیت میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ جمالیاتی حس کا اس سے ایک خاص تعلق ہوتا ہے۔

گریٹنگ (Graining)

اس عمل کے ذریعہ مطبوعہ صفحات پر دباؤ ڈال کر ان کی ہائٹ کے کمرے پن میں اضافہ کیا جاتا ہے۔ مطلوبہ گرین ڈالنے کے لیے ہاؤڈال کر

گریٹنگ کو متاثر کرنے والے میل فمیل رولر کے جوڑے کو اولنا پر لپٹا دیا

ہے۔ کچھ مقبول عام گرینیں ہیں: سینڈ گرین (Sand Grain)، لینن لینش (Linen Finish)، کراس چمک (Cross Hatching)، حصین لائن (Thin Lines)۔ گریٹنگ سے کاغذ لیمپ (Limp) اور کم سخت ہو جاتا ہے۔



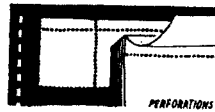
شکارڈ (Show Card) کی پٹ پر ایک ایزل (Easul)

چھدائی اور چمک (Perforation and Punching)

چھیدوں کی لکیر (Perforation): یہ کاغذ میں بنے ہوئے ننھے ننھے سوراخوں (Dot Holes) کی ایک سیدھی لائن ہوتی ہے۔ اس سے کاغذ کو

مطلوبہ انداز میں چھاننے میں مدد ملتی ہے جیسا کہ کش میو میں سے رسید پھاری جاتی ہے۔ اسی طرح ڈاک کٹلوں کے سروں پر بھی اسی قسم کے

سوراخ بنے ہوئے ہوتے ہیں۔



پر فوریننگ مشین پاؤں سے چھائی جانے والی ہوتی ہے۔ ایک وقت

پرنت فینشنگ (Print Finishing)

● مخصوص قسم کی اسکورنگ مشین کے اسکورنگ وھیل (Scoring Wheel) سے نشان ڈالا جاسکتا ہے
● ڈائی اور کاؤنٹر آررینجمنٹ (Dye and Counter Arrangement) سے کام لیا جاسکتا ہے۔ عموماً ہوتا ہے کہ موڑ (Fold) کے اندر کی طرف باؤ ڈالا جاتا ہے۔

ترک لگانا اور جمع کرنا (Collating and Gathering)

اینشیز کی کے اندر اجات (Items of Stationery) کے لیے —
جیسے دو-دو تین- تین کاپیاں ایک جگہ رکھنا۔ واحد اوراق (Single Sheets) کو ایک جگہ جمع کرنے کو ترک لگانا (Collating) کہتے ہیں۔ اسی طرح کتاب بنانے کے لیے سکچر دھن (Signatures) کو ایک جگہ بیکار کے رکھنے کو جمع کرنا (Gathering) کہتے ہیں۔ ابھی تک یہ کام آدمی ہی انجام دیتے ہیں۔

ٹاکٹا / سینا سلائی اور جلد باندھنا

(Stitching, Sewing and Binding)

ذیل میں کسی کتاب / کتابچہ کی جلد بندھنے کے پانچ مختلف طریقے اور ان کی خوبیاں اور خامیاں بیان کی گئی ہیں۔

(1) مرکزی سلائی (Center Stitching)

64 صفحات تک کے واحد باب (Single Section) کو کچ کے حصہ پر اکٹھا (Stitch) کیا جاسکتا ہے۔ ایسا کرنے کے لیے تمام صفحات کو مرکزی حصہ یا اسپائن (Spine) پر جمع کر کے لیمپ کور (Limp Cover) کے ہر لویا تو سٹیل واٹر اسٹپلنگ مشین (Saddle Wire Stapling Machine) کے ذریعہ تار سے بندش کر دی جاتی ہے یا پھر ہاتھ سے سوئی دھانکے کی مدد سے بیکار کر دیا جاتا ہے۔ اسٹیک کے بعد تینوں طرف کے اضافی کاغذ کو تراش دیا جاتا ہے۔

جلد بندی کے طریقے (Binding Processes)

جب پیغام کا متن منتخب فرسے کے ایک فولڈر کی نمائش سے زیادہ ہو جاتا ہے تو اسے کئی فولڈروں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے اور پھر انہیں صفائی نمبروں کے مطابق ترتیب وار مرتب کر کے ہمیشہ ہمیشہ کے لیے ایک جگہ جمع کر دیا جاتا ہے یا بالفاظ دیگر انہیں جلد بند کر کے کتابی شکل عطا کر دی جاتی ہے۔ طبع شدہ (Printed) فرسے سے لے کر جلد بندی کے آخری شکل عطا کرنے تک مندرجہ ذیل کام انجام دیے جاتے ہیں:

مڑائی (Folding)

سلائی کرنے اور تین اطراف سے تراشنے سے قبل چھپے ہوئے کاغذات کو ہاتھ یا مشین کے ذریعہ مڑایا جاتا ہے (اگر کاغذ زیادہ ہوں تو پھر یہ مڑائی کام مشین کے ذریعہ انجام دیا جاتا ہے)۔ فرسے پر صف بندی (صفحات کے نمبر ڈالنے کا کام) ہو شیاری سے فولڈنگ ترتیب (Folding Scheme) کو مد نظر رکھ کر کی جاتی ہے۔

جب اوراق کو کاغذ کے گرین (Grain) کے ساتھ ساتھ موڑ کر کتاب تیار کی جاتی ہے تو یہ کتاب پاٹ انداز (Flat) میں نکلا کرتی ہے۔ جب طبع شدہ کاغذ کے مڑے ہوئے اوراق کتاب کی شکل میں سلائی کے لیے تیار ہو جاتے ہیں تو اس کتاب کو سکچر (Signature) کہا جاتا ہے۔

کرینگ (اسکورنگ) (Creasing (Scoring))

موٹے کاغذ یا کارڈ پر مڑائی کے مطلوبہ خط پر چھن (Crease) ڈالنی پڑتی ہے کیونکہ ہاتھ سے کی جانے والی مڑائی ہمدی ہوتی ہے اور ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے اس میں سے ریشے باہر جھانک رہے ہوں۔

● کرینگ رول (Creasing Rule) کی مدد سے بے روشنائی پر خشک رن (Printing Run) سے پلائن (Platen) پر دبا ڈالا جاسکتا ہے یا

● ملحقہ رقبہ سے متعلقہ فیصلہ کو مد نظر رکھتے ہوئے ذرا ناز کو مناسب حاشیہ چھوڑ دینا چاہیے (حاشیہ سے مراد وہ جگہ جسے اسپائن کی طرف چھوڑ دیا جاتا ہے)۔

● صفحات پوری طرح نہیں کھل پاتے۔

● اسپائن جلد کی چوٹی جگہ ہوتی ہے۔ اس پر اکثر کتاب اور مصنف کا نام نگہ دیا جاتا ہے۔

● اگر اسٹیکنگ کا تار ٹھیک طرح سے بچست نہ ہو پائے تو اس سے نقصان پہنچ سکتا ہے۔

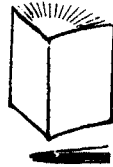
● طبع شدہ صفحات کو بعد میں بالکل آخری لحاظ میں بھی شامل کیا جاسکتا ہے۔ اسی لیے سوومیرس (Souvenirs) اور دیگر ملحقہ مادی لٹریچر کو بیف کر لینے کے بعد ان صفحات کو اشتہارات بازی کے حصے میں فروخت دی جاتی ہے۔

(3) سیکھی سلائی (Section Stitching)

سب سے بہتر طریقہ یہ ہوتا ہے کہ مختلف سیکشنوں (جزوں) کو سرنیز پر سے سی کر انھیں کتاب کی شکل عطا کر دی جائے۔ یہ کام مشینوں سے بھی انجام دیا جاسکتا ہے اور ہاتھ سے بھی۔

جہاں تک کور (Cover) کا تعلق ہے یہ لمپ (Limp)، کارڈ (Card) یا پائیا کور جیسے ہو سکتا ہے جس پر اسپائن کی چوڑائی کے لیے پہلے سے سی جنم یا نشان (Crease) چڑھا ہوا ہو یا پھر یہ اسٹرابورڈ (Strawboard) کے ایسے ٹکڑے بھی ہو سکتے ہیں جن پر مناسب قسم کا ہارڈنگ لگا کر چڑھا ہوا ہو۔ اس ہارڈنگ کا تھ کو ہارڈ کور (Hard Cover) ہارڈنگ کیس بھی کہتے ہیں۔ اسے سرے کے کاغذوں یا اینڈ

بچے (End Papers) کی مدد سے کتاب سے چسپاں کر دیا جاتا ہے۔ ہر ایک سرے پر دو چلا بیچ فولڈرس (Page Folders) چسپاں کیے جاتے ہیں۔ ان میں سے ایک صفحہ تو کیس سے چسپاں کر دیا جاتا ہے اور دوسرا صفحہ کتاب سے ملا کر سی دیا جاتا ہے۔



● جیسے جیسے صفحات کی تعداد بڑھتی جاتی ہے ویسے ویسے ہی اسپائن (Spine) گولائی میں موٹا ہوتا چلا جاتا ہے۔

● صفحات پوری طرح کھلتے ہیں۔

● نہایت سرعت سے جلد بندی کی جاسکتی ہے۔

● صفحات میں اضافہ یا تخفیف کرنی ہو تو یہ کام 4-4 کے اضعاف

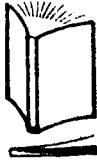
(Multiples) میں کیا جاتا ہے۔

● اگر کتابچے کے اوائل نصف حصہ میں رنگین صفحات کا استعمال کیا جاتا ہو تو ان کے باقی نصف حصوں (صفحوں) کے حصے میں یہ جانچ پڑتال کرنی چاہئے کہ آپائن میں جن منوات کا تذکرہ کیا گیا ہے وہ صحیح ہیں یا نہیں۔

(2) پہلو سے کی جانے والی سلائی (Side Stitching)

● اس طریقہ میں سلائی ابواب (Sections) یا اوراق کی ایک انچ تک موٹی تھ کو کسی تھریا دھانگے کی مدد سے پہلو کی جانب سے اچٹک کر دی جاتی ہے اور ٹانگوں (Stitches) کے بعد سے پین کو چھانے کے لیے اس پر کور (Cover) مڑھ دیا جاتا ہے (یہ کام کریڈٹنگ کے بعد لپٹی یا سرس (Glue) وغیرہ سے انجام دیا جاتا ہے)۔

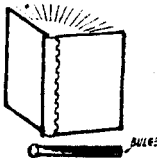




- یہ جلد بندی مضبوط نہیں کہی جاسکتی کیونکہ ذرا سا بھی زور لگا کر صفحہ کو کھینچی جائے تو وہ کتاب سے باہر نکل آتا ہے۔
- کچھ عرصہ بعد موسمی تغیرات کے سبب گوند بھر بھرا ہو جاتا ہے اور جھرنے لگتا ہے۔
- اس کی سفارش گھیل مدنی لٹریچر کے لیے ہی کی جاتی ہے جیسے پیپ بک (Paper Backs)، میگزین (Magazines)، ٹیلیفون ڈائریکٹریوں (Telephone Directories) وغیرہ۔
- یہ ایک ایسا طریقہ ہے جسے اعتبار کر کے موٹی موٹی کتابوں کی جلد بندی جلدی اور سستے داسوں پر کی جاسکتی ہے۔

(5) ڈھیلے اور اف دہلی جلد بندی (Loose Leaf Binding)

- ایک جگہ جمع شدہ سگنچروں (Signatures) کو چاروں طرف سے تراش کر صفحہ کے سائز کے مطابق کاٹ لیا جاتا ہے۔ جلد بندی دہلی ست میں ڈا ٹوگول سوراخ کر لیے جاتے ہیں اور پھر ان میں اسبرنگ لٹا کر کھسار کھسار ڈا جاتا ہے یا پھر لمبے لمبے جھری لٹا سوراخ کر کے اس میں کٹکے نما پلاسٹک کے



- یہ جلد سب سے خوبصورت، سب سے مضبوط اور سب سے مہلکی ہوتی ہے۔
- اس کے صفحات پورے طور پر کھلتے ہیں۔
- ایک سیکشن میں صفحات کی تعداد یکساں (12 یا 16) ہوتی ہے۔ کتاب میں موجود کم صفحات والے سیکشنوں کو کتاب کے دونوں میں سے کسی بھی سرے پر بند رکھنا چاہیے۔
- کاغذ جتنا مہین اور کم سخت ہوگا سیکشن تیار کرنے کے لیے اتنے ہی زیادہ کاغذوں کی ضرورت پڑے گی۔
- کاغذوں میں کی بیشی صرف 4 کے امضاف (Multiples) میں ہی کی جاسکتی ہے۔

- پوری طرح کپڑا چمے ہوئے کس پر کو کٹ لٹرز (Quilt Letters) یا ایسٹامپریشن (Embossed Impression) ڈالے جاسکتے ہیں۔
- لاہمری ایلیٹیشن عام طور پر ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) ہوتے ہیں اور گھیل مدنی لٹریچر لیمپ باؤنڈ (Limp Bound) ہوتا ہے۔

(4) کامل جلد بندی (Perfect Binding)

- جلد بندی کے اس طریقہ میں ایک خاص قسم کے گوند (Adhesive) کا استعمال کیا جاتا ہے۔ پہلے کتاب کے صفحات کو کھنکا لیا جاتا ہے اور پھر ہر دھری سلائی کی جاتی ہے (یعنی Spine) اس طرف کے حصہ کو بھی تراشا اور کھدرا دیا جاتا ہے تاکہ گوند کے ساتھ اس حصہ کی پکڑ مضبوط ہو جائے۔ یہ گوند بھی کبھی بہت زیادہ حتیٰ اعتبار نہیں کر پاتا اور کتاب تقریباً پوری طرح کھلا کرتی ہے۔ کبھی گوند عام طور پر کور کو بھی جکڑے رہتا ہے (کور عام طور پر لیمپ ہوتا ہے)۔

- درک شاپ کی کارکردگی اور صلاحیت۔
- پائپ لائن میں موجود دیگر کام۔
- (3) ڈیٹا چیک کرنے کے کام میں کتنی صحت مندی (Accuracy) ہے؟
- کیا اس کا سائز صحیح ہے؟
- کیا جلد بندی ڈیزائن کے مطابق کی گئی ہے اور کیا صفحات پر نمبر ڈال دیے گئے ہیں؟
- کیا بنیادی لے آؤٹ مکڑ (کالم، حاشیہ، فوٹو وغیرہ) صحیح صحیح کیپٹا گیا ہے؟
- کیا مختلف عناصر (متنات، مضامین، تصاویر وغیرہ) واضح طور پر اور مناسب جگہ پر جمائے گئے ہیں اور کیا یہ کاپی فٹنگ اور پلانہ بندی (Scaling) کے مطابق ہے؟
- کیا رنگوں کے متعلق ٹھیک ٹھیک وضاحت کردی گئی ہے یعنی یہ کہ روشنائی (کلر شیڈ، کوڈ نمبر، سینو ٹیکسٹور یا آرٹسٹ سے کلر چیج (Colour Patch) اور سلیڈ ٹنٹ (Solid Tint)، دوپٹون (Duotone)، ملٹی کلر (Multi Colour)، ہالف ٹون وغیرہ کی نشاندہی کرنی ہے؟
- کیا بلنڈ ٹیکر (Bleed Pictures) اور ٹنٹ (Tints) کی مناسب ہدایات حاصل کرنی گئی ہیں؟
- کیا لے آؤٹ میں کی جانے والی تبدیلیوں پر عمل کر لیا گیا ہے اور کیا اسی کے مطابق اور واضح لے آؤٹ تیار کرنی گئی ہے؟
- کیا کور صفحات (Cover Pages) کی لے آؤٹ تصدیق کردی گئی ہے؟
- (4) طاعت پر گئے والے وقت کا دارومدار ان باتوں پر ہوتا ہے:
- پر ٹھیک شیڈوں کی اپیلڈ اور کوائٹی۔
- صفحات، کاپیوں، رنگوں اور دیگر خصوصی رنوں (Special Runs) کی تعداد جتنی زیادہ ہوتی ہے اسی کے مطابق کام کی تکمیل میں وقت بھی درکار ہوتا ہے۔
- ڈائل پر ٹھیک (Dye Printing)، بلاسٹ ایسٹنگ (Blind

- کٹرز سے پست کر دیے جاتے ہیں جیسا کہ پچھلے صفحہ کی تصویر میں دکھایا گیا ہے:
- پلاسٹک اور اس کا رنگ ہمارے مہدی کی شبیہ (Image) کا ایک حصہ بن چکے ہیں۔
- کتاب کسی بھی صفحہ پر 360° کے زاویہ پر کھولی جاسکتی ہے۔ ڈائریج، ایلوں اور حوالہ جاتی کتب کے لیے نہایت عمدہ۔
- جلد بندی کے مقابلہ یہ کام زیادہ مضبوط ثابت نہیں ہوتا۔
- چند برسوں بعد پلاسٹک کا سامان بھر بھر اٹھ جاتا ہے اور پھر پلاسٹک جھرنے لگتی ہے۔
- جلد بندی کی سامنے والی یعنی اوپری سطح درمیان میں سے پھول جاتی ہے اور پھر آٹور پھیل کر بڑھ جاتا ہے یا بھرا سی طرح اٹھ جاتا ہے۔
- کوئی پر غر آپ کے کام کو کتنی جلد انجام دے سکتا ہے؟
- یہ اس بات پر منحصر ہے کہ کام کی منصوبہ بندی (لے آؤٹ، ڈی، کتنی عمدگی سے کی گئی ہے اور یہ کہ آیا پرنٹر کو واضح اور مکمل ہدایات (مارک اپ، پلانہ بندی، رنگوں کی تقسیم وغیرہ) متعلقہ ضروری سامان (کاپی اور تصاویر) فراہم کر دی گئی ہیں یا نہیں اور ان ہدایات متعلقہ ضروری سامان کی بنا پر وہ اپنا کام ٹھیک طور پر انجام دے رہا ہے یا نہیں۔ آپ کے کام کو انجام تک پہنچانے میں مندرجہ ذیل باتیں اثر انداز ہو سکتی ہیں:

(1) ٹائپ سیٹ کی مدت ان باتوں پر منحصر ہے:

- پرنٹ شاپ کی صلاحیت اور کام میں آنے والے آلات کی کوائٹی اور رفتار۔
- مسودہ کتنی خوبصورتی سے ٹائپ کیا گیا ہے۔
- آیا بعد میں اس میں کسی قسم کی ترمیم تو نہیں کی جائے گی۔
- پائپ لائن (Pipe Line) میں دیگر کام کا رخ۔

(2) ایڈیٹنگ (پلیٹ کی تیاری) کی مدت ان باتوں پر منحصر ہوتی ہے:

- کام میں لائے جانے والے آلات — یعنی پرنٹنگ میشر یا الیکٹرانک اسکینر (Electronic Scanner) — کی رفتار اور کوائٹی۔

جانے چاہئیں۔

— ہمدردی مضمون مناسب انداز میں ٹائپ کیا ہوتا چاہیے۔

— (مجلوں اور سالوں وغیرہ کے) باقاعدہ اندراجات فرد کی کاپی — جیت
لہرست مضامین، مضامین کے نام، شمارہ نمبر، تاریخ، ماہ، سال، ایڈیٹر
اور ناشر کے نام و پتے، سرورق سے متعلقہ معلومات وغیرہ — جنہ کو
بارگئی سے چیک کر لینا چاہیے۔

— اشتہارات کے لیے مختلف کالموں کے تحت ایک فہرست منسلک کر دینی
چاہیے جس میں پانی، پروڈکٹ، اشتہار کے لیے مختص کی جانے والی
جگہ، رنگوں کی تعداد، خصوصی حیثیت (Special Position)،
لے آؤٹ کی کاپی یا بلاک یا اسٹیریو (Stereos) سے متعلقہ ہدایات
درج ہوں۔ کمپوزنگ سے متعلق بھی واضح ہدایات دی جانی چاہئیں۔
تصاویر / تشبیلات (ڈرائنگ اور فوٹو گرافی) عمدہ طور پر تیار ہونی
چاہیے (دیکھیے لمپری طرح تیار لے آؤٹ)، نمبر دار اور کاپی میں ان
کی جگہ مضمون کے قریب ترین فاصلہ پر ہی مختص ہونی چاہیے۔

— انھیں نہایت احتیاط سے دوسرے ادھر لایا لے جایا جائے تاکہ ان پر
کسی قسم کا نشان یا خراش وغیرہ نہ پڑے۔ انھیں کبھی بھی موزکر نہ
رکھا جانا چاہیے۔

— انھیں ایک مضبوط کور میں ٹھیک طرح سے محفوظ رکھنا چاہیے اور اس
میں مناسب پراسیسنگ ہدایات (Processing Instructions)
موجود ہونی چاہئیں (دیکھیے لمپری طرح تیار لے آؤٹ)۔

— فوٹو گرافی چمک دار پرنٹ کی شکل میں ہونے چاہئیں۔ انھیں ادھر
سے ادھر لانے لے جانے کے معاملہ میں احتیاط سے کام لینا چاہیے۔
ہال پائٹ چین سے لگنے سے گہرے نشانات پڑ جاتے ہیں جنھیں پروسیس
کیرو پکڑ بھی سکتا ہے۔ اس لیے نرم فیل یا چین کا استعمال کرتے ہوئے
ایک کونہ پر نرئی سے لکھنا چاہیے یا باہر ایک چھوٹی سی جگہ (Label)
لگا دینی چاہیے۔ جکی معاملہ کچھوں (Clips) کے ساتھ بھی پیش آتا
ہے۔ وہ بھی نشانات چھوڑ جاتے ہیں۔ کپڑوں کا استعمال کرتے وقت کارڈ

(Embossing)، سنک اسکرین پرنٹنگ (Silk Screen Printing)

جو نہایت دراصل ہوتے ہیں، جیسے کچھ دیگر کام کرائے۔

— آیا یہ کام (Job) خصوصی پراسیسنگ (Special Processing) کے
لیے کہیں نہ دینی دوکان پر بھیجا جاتا ہے۔

— میک ریڈی ٹائم (Makeready Time) — جو پبلشر پر پریس ہال فون
(Letterpress Halftones) کے لیے مومکائی لیا ہوتا ہے۔

— کاغذ، پرنٹنگ پروسس (Printing Process) اور روشنائی کے
درمیان تناسبیت (Suitability)۔

— کیا کاغذ اور روشنائی ضروری مقدار میں دقت پر حاصل کر لیا گیا ہے۔

کاپی جمع کرنا (Submission of Copy)

کاپی نہایت صفائی سے ٹائپ شدہ ہونی چاہیے، لائنوں کے درمیان دوتا
فاصلہ موجود ہونا چاہیے نیز یہ کہ ٹائپ سٹیک اسٹائل کے مطابق یکساں سائز
کے کاغذوں پر لکھا جاتا چاہیے جیسا کہ پبلشرز اور ڈپٹی عنوانت کے لیے
یکساں آئی ڈینٹیشن (Identions) اور ادا قاف و رموز کا استعمال کیا جاتا چاہیے۔
— غلطیوں کی اصلاحات کم سے کم اور واضح طور پر سمجھ میں آ جانے والی
ہونی چاہئیں۔ اگر غلط بہت زیادہ ہوں تو پبلشرز اگر ان کو اس سر نو ٹائپ
کرانا چاہیے۔

— صفات نمبر وار مرتب کر کے محفوظ کور میں رکھے جانے چاہئیں اور یہ
مناسب طور پر لیبل شدہ کر دینے چاہئیں۔

— اضافی مسودہ کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے جیسے صفحہ 63 اور
64 کے درمیان صفحہ نمبر 63 تحریر دینا چاہیے۔

— سرخیال (Captions) حوالہ جاتی نشاندہی کے ہر لوگ سے ٹائپ
کرانی چاہئیں۔ جیسے ہی انھیں فوٹو گرافی کی پش پر کیوں لکھا گیا ہو۔

— عنوانت کے ہمراہ جوتے (Footnotes)، خوارق (Introductions)،

بلرکس (Fillers) (جھنڈے، لپیٹے،۔۔۔) ٹیکنک نوٹ (Hangings)

(Notes) وغیرہ کو جمانے کے لیے مناسب حوالہ جاتی نشانات دیے

کاپی جمع کرتے وقت متعلقہ کام کے لیے مطلوبہ لفافوں، رپروں

(Wrappers)، لیبلوں (Labels) وغیرہ کی طباعت کا آرڈر بھی

دے دینا چاہیے۔

پر نٹر کو ہر دگی (Delivery) کی ہدایت بھی کر دی جائے۔ پاریوں کے

نام و پتے، انھیں بھیجی جانے والی کارڈوں کی فہرست تیار کر دینی چاہیے اور ج

بھی تیار دینا چاہیے کہ ہر بندل یا پکیٹ میں کتنی کاپیاں رکھی جائیں۔

پینٹنگ کا استعمال کرنا چاہیے۔

اگر تیار کردہ پلاکوں کو استعمال کیا جاتا ہو تو ان کے پروف بھی منسلک

کر دینے چاہئیں۔

اگر کسی فٹیل کا صرف ایک حصہ ہی استعمال کیا جاتا ہو تو ایک اور لے

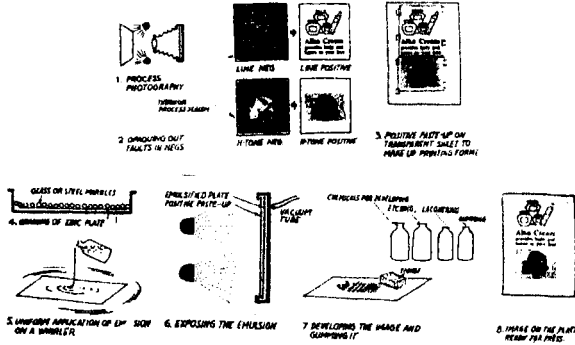
(Overlay) پر اس کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے یا پھر اسے کسی

کاغذ کے فریم میں ڈھک دینا چاہیے۔ شفافیوں (Transparencies)

کو بھی اسی طرح ڈھک دینا چاہیے۔

آف سیٹ پرنٹنگ

(Offset Printing)



پر رے کے کسل سے پانچویں شیڈ اتر آتی ہے۔

کچھ شیٹ فیڈ (Sheetfed) آف سیٹ مشینیں ایسی ہوتی ہیں جو ایک گھنٹہ میں 7000 کاغذ بھاپ سکتی ہے جب کہ رازی آف سیٹ (Rotary Offset) مشینیں ایک گھنٹہ میں 30,000 تک کاغذ بھاپ سکتی ہیں۔

قابل طاعت گہری تیزابی نقش والی آف سیٹ پلیٹیں

(Printable Deep Etched Offset Plates)

آف سیٹ پرنٹروں کے نقطہ ٹھوس دیکھا جائے تو آرت صرف 11 طرح کا ہوتا ہے یعنی لائن آرت (Line Art) اور مسلسل ٹون آرت (Continuous Tone Art)

لائن تھیلیاٹ (Line Illustrations) اس کا پلہ یورڈ سے ایکچوژ کر لیے جاتے ہیں جو مناسب طور پر روشن ہوتے ہیں تاکہ سست رو (slow) آر تھو کروچک (Orthochromatic) فلم استعمال کر کے مطلوبہ سائز کا تکلیف تیار کیا جاسکے۔ آر تھو کروچک فلم پر نمایاں نتائج (Contrast) Results مرتب ہوتے ہیں۔ مناسب انداز میں ٹوک پلک درست کرنے

طاعت کا پلہ گر ایک (Planographic) طریقہ ایسا ہوتا ہے جس

میں ایک چمکی سٹ سے شبہ (Impression) لگاتا جاتا ہے۔

عام طور پر الفاظ اور اسکرین شدہ تصویر کے ڈیزائن کی پانچویں شیڈ کو فوٹو گرائی کے طریقے سے ایک مخصوص واسٹہ دار ڈنک پلیٹ (Grained Zinc Plate) پر منتقل کر دیا جاتا ہے۔ ڈنک کے علاوہ دیگر دھاتوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ شبہ کی بھاپ کچھ اس قسم کی ہوتی ہے کہ یہ تیل بردار روشنائی جذب کر سکتی ہے مگر پانی جذب نہیں کر پاتی۔ جب دو دائروں (Water Rollers) کے ٹاس (Contact) میں آتی ہے تو غیر شبہی رقبے (Non-image Area) پانی کی ایک مہین پرت جذب کر لیتی ہے جو اگلے رولر سے روشنائی خارج کر دیتا ہے مگر شبہی بردار رقبہ روشنائی کی ایک مہین پرت جذب کر لیتا ہے۔ سلینڈر پر نصب شدہ ڈنک پلیٹ سے شبہ (Image) رے کے کسل (Rubber Blanket) پر آف سیٹ (Offset) کر دی جاتی ہے جو ایک اور سلینڈر پر لپکا رہتا ہے اور جس پر الٹی شبہ اتر آتی ہے۔ امپریشن سلینڈر (Impression Cylinder) کے نیچے سے ہو کر گزرنے والے کاغذ

مگر اپنی تک مگرہی تیزابی نقش (Deep Etched) کر دیا جاتا ہے۔ ایک خصوصی لکیر پرست (Lacquer Coating) شیبہ کو تیل بردار سطح عطا کر دیتی ہے تاکہ چھپائی کے دوران یہ روشنائی جذب کر لے۔ اس طرح مخصوص نقش دہلی آف سیٹ پیٹ تیار ہو جاتی ہے۔

آف سیٹ پلیٹوں کی اقسام (Varieties of Offset Plates)

ڈیپ ایچڈ (Deep Etched) پلیٹوں کے علاوہ مندرجہ ذیل قسم کی پلیٹوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے:

- (1) سرفیس کوئٹڈ پلیٹوں (Surface Coated Plates) پر تامل شدہ البیومن (Undissolved Albumen) کی ایک سمکین پرست چھپائی ہوئی ہوتی ہے۔ کاپی سے تکلیف ماننے کے دوران اسے ایک چھوڑ دیا جاتا ہے اور پھر چھپ تصویر حاصل کرنے کے لیے کیلیائی طور پر ڈیپ (Develop) کر لیا جاتا ہے۔ گمکٹ اور لکیرنگ (Gumming and Lacquering) کے لیے ڈیپ ایچڈ والا طریقہ (Deep Etch Process) ہی اختیار کیا جاتا ہے۔ اس طرح اس سے 50,000 کاپیاں بخوبی تیار کی جاسکتی ہیں۔

- (2) ڈرائی آفسیٹ پلیٹ (Dry Offset Plate) پر سے پرنٹ نہ کیا جانے والا حصہ (Non-printing Area) اس حد تک کاٹ دیا جاتا ہے (Etched Away) کہ ڈیمپنگ رولر (Dampening Roller) کی ضرورت باقی نہیں رہ جاتی۔ مگر یہ کوئی بہت مقبول چیز نہیں ہے۔

- (3) زیر درگاہ پلیٹ (Xerographic Plate) اس طرح تیار کی جاتی ہے کہ پہلے فوٹو گرافی اور برق سکونی (Static Electricity) کے استعمال سے زیر دس پلیٹ (خاص طریقہ سے چار شدہ دھات یا کاندہ) پر شیبہ منتقل کر لی جاتی ہے اور پھر دوبارہ ایک دھات کی پلیٹ پر برق سکونی کے ذریعہ منتقل کر کے لمبوز (Fuse) کر دیا جاتا ہے۔ اس میں فلم تکلیف یا دیگر مایوں (Liquids) کا استعمال نہیں کیا جاتا۔

- (4) کثیر دھاتی (Multimetal) پلیٹوں کو کرومیم (Chromium)، تانبرہ اور آئین لیس انشیل کی پر توں (Layers) سے تیار کیا جاتا ہے۔ سب سے اوپر کی کرومیم کی پرت کو غیر مھکی حصہ کے طور پر کاٹ دیا جاتا

(Retouching) کے بعد ایک شفاف فلم پر کالیکٹ پانچ (Contact Positive) تیار کر لیا جاتا ہے۔

لیٹر پریس اینگریونگ پریس (Letterpress Engraving Process) کی ہی طرح مسلسل نوٹ آرٹ کو پلٹ نوٹ میں تبدیل کیا جاتا ہے۔ اس کام کے لیے "بالواسطہ طریقہ" (Direct Method) یعنی تکلیف کی سطح پر دس اسکرین (آر قو فلم) بروئے کار لایا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں نوک چک درست کر لینے کے بعد شفاف فلم (آر قو) پر کالیکٹ پانچ (Contact Positive) تیار کر لیے جاتے ہیں۔

بلواسطہ طریقہ (Indirect Method) میں ویکرو چک فلم (Panchromatic Film) پر چھپائی (Negatives) بنائے جاتے ہیں وہ سائز میں بہت چھوٹے ہوتے ہیں۔ یہ قدم نوٹ قدروں والے رنگوں سے اصلاح کرنے کا موقع ہم پہنچاتا ہے۔ اور مطلوبہ سائز پانچ تیار کرتے وقت اسکرین لگاتا پڑتا ہے (آر قو فلم)۔ پہلے والے طریقہ سے نسبتاً زیادہ واضح نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

ان پانچ کو ایک شفاف اسٹراٹن شٹ (Transparent Astralon Sheet) پر چسپاں (Positive Past-Up) کر دیا جاتا ہے۔ انھیں چسپاں کرنے کے لیے فرسے کے صفحات پر ایمپوزیشن اسکیم (Imposition Scheme) اور پیج لے آؤٹ (Page Layouts) کے لیے آرٹ کی تیار کردہ ڈمی (Dummy) کے مطابق سر دس پر شفاف ٹیپ (Transparent Tape) استعمال کی جاتی ہے۔ اگر صفحات چھوٹے سائز کے ہوں تو ایمپوزیشن کے ایک حصہ کی تکمیل بذات خود آرٹ ورک میں ہی کر لی جاتی ہے۔

اس کے بعد مندرجہ بالا پیٹ اپ کو خلا (Vacuum) کے تحت اس ڈسک پلیٹ کے یکساں تماس (Uniform Contact) میں لایا جاتا ہے جس پر خصوصی دانے (Grains) موجود ہیں اور جس پر اب یکساں طور پر فوٹو گرافک اینسلٹن (Photographic Emulsion) موجود ہے۔ اس پر حسب پانچ سے ہو کر تیز روشنی پڑتی ہے اور پھر اس کے بعد کیلیائی پروسیجرنگ کی جاتی ہے تو مھکی رقبہ ختم ہو جاتا ہے اور باقی ماندہ اینسلٹن بہہ جاتا ہے۔ اس سے بہت زیادہ تعداد میں چھپائی کرنے کے لیے اسے 0.000002 ملی میٹر

آفیسٹ طباعت کی ماہیت

(Quality of Offset Impression)

- آفیسٹ طباعت کبھی بھی لیٹر پریس والی چھپائی کی مانند ٹاناک (Bright) نہیں ہوتی کیونکہ اس میں طباعت کے دوران شیبہ (روشنائی) مکمل پر منتقل کی جاتی ہے۔ گہرے نون میں یہ کمزوری صاف جھلکتی ہے۔ کمہرے یا غریبہ رنگ میں شدت حاصل کرنے کے لیے گہرے نون والے حصوں کے لیے سیاہ رنگ کے ایک اور اضافی رن کا استعمال بھی کرتے ہیں۔
- یہ طریقہ خصوصاً اس طباعت کے لیے نہایت موزوں رہتا ہے جس میں ہلکے نون والی پختل کڑوں کی چھپائی کرنی ہوتی ہے۔
- اس میں موجود دو کلیٹنگ (Vignetting) اثرات سے چھپائی میں کسی طرح مسائل پیدا نہیں ہوتے۔

- بڑے بڑے سالڈز رنوں کی چھپائی یکساں طور پر کی جاسکتی ہے۔
- اس طریقہ طباعت سے پھسل کے انکھوں کی چھپائی سب سے عمدہ طور پر کی جاسکتی ہے۔
- اس طریقہ سے جینی طور پر اصل پینٹنگوں (Original Paintings) کی بڑے سائز میں چھپائی کی جاسکتی ہے کیونکہ اس پروسس کے ذریعہ بڑی تعداد والے خصوصی رنگ کے شیڈوں (Shades) کی چھپائی کی جاسکتی ہے جن کی تعداد 10 تا 15 تک ہو سکتی ہے۔

لٹھوگرافی (Lithography)

یہ پلانٹو گرافک (Planographic) طباعت کا وہ سب سے قدیم طریقہ ہے جسے 1798 میں جرمنی کے شہر بایویریا (Bavaria) کے رہنے والے ایلوئس سینے فیلڈر (Alois Senefelder) نے ایجاد کیا تھا۔ اس میں بویا سے ملنے والے مہین دانے دار چھنے لاکھ اسٹون پر ہاتھ سے الفاظ اور تصویروں بنائی جاتی تھیں۔ اس طریقہ میں آئینہ کی الٹی شیبہ کی طرح سے تصاویر اور الفاظ کو چھپنے (Grease Bound) کرے اینجکٹوں (Crayon Sticks) سے بنایا جاتا تھا۔ لیکن اس سے پہلے غیر چھپنے (Non-greased) لال ربن ہبہ کی مدد سے صحیح سائز والے رف انکھ سے آؤٹ لائن ٹریس (Trace) کر لی جاتی

ہے۔ کرومیم سے پلیٹ کی مرطوب ہو جاتی ہے اور اس سے 2,50,000 سے بھی زیادہ کاپیاں تیار کی جاسکتی ہیں، تاہم کی وجہ سے پلیٹ پانی خوب جذب کرتی ہے اور اسٹیل ایک مضبوط اور مستحکم بنیاد (Base) کی طرح کام انجام دیتا ہے۔ قیمتی پلیٹوں کو صرف ایک مرتبہ ہی استعمال کیا جاسکتا ہے۔

(5) جلا واسطہ شیبہ (Direct Image) چکنی چاک (Greasy Chack) یا رنگین کھریا (Crayon) سے دستی ڈرائنگ کے ذریعہ پلیٹ پر بنائی جاتی ہے۔ یہ کام خاص قسم کے ربن سے ٹائپ رائٹنگ سے بھی انجام دیا جاسکتا ہے جیسے کہ کسٹمی مائزڈ (Presensitised) پلاسٹک اور کانڈنوں کی پلیٹوں پر کیا جاتا ہے۔

رنگین طباعت (Colour Printing)

دورگی طباعت کے لیے دو پلیٹوں اور اس طرح دونوں (Two Runs) کی ضرورت ہوتی ہے۔ کثیر رنگی طباعت کے لیے پلیٹوں کو، لیٹر پریس کی ہی طرح سے، زرد، لال، نیلے اور کالے کرسیمریشن (Colour Separations) کے طریقہ سے تیار کیا جاتا ہے۔ پھل پر ٹھنگ میں کام آنے والے نیکیٹھ کے بجائے ان سے پانچویں (Positives) بنا کر ایموزیشن (Imposition) کے مطابق اس انداز میں چپکا دیا جاتا ہے کہ وہ پروسس ایک رن (Process Ink Runs) کے دوران مختلف رنگ۔۔۔۔۔ زرد، نیلے، (Magenta)، کیان (Cyan) اور بلیک۔۔۔۔۔ رجسٹر کرتے رہیں گے۔ تاہم اس طریقہ سے اصل تصویر کی ٹون (Tones) کی باریکیوں اور تقیرات کو دکھانے کے لیے مختلف خصوصی رنگوں والے 5 سے 12 رن کا استعمال ایک معمولی بات ہو کر رہ گیا ہے۔ لیٹر پریس کے طریقہ سے ہائون ڈاٹ کی وجہ سے یہ بات ممکن نہیں ہو پاتی کیونکہ ہائون ڈاٹ مثبت کاری (Reliefs) کے طور پر رکھے ہوئے ہوتے ہیں اور قیمتی طور پر کانڈ میں اثر جاتے ہیں۔ بہت مدھم ہونے کے باوجود بھی ان کی وجہ سے مزید طباعت کی محتاج نہیں رہتی۔

- تھی۔ ایک سے زیادہ رنگوں میں چھاپے جانے والے رنگین کام کے لیے رجسٹر مارک (Register Marks) استعمال کیے جاتے تھے۔ چٹکے شیبہ کے لیے واضح مد بندی کرنے کے واسطے تیزاب کے شارے نقش تیار کیے جاتے تھے اور غیر شمعی رقبہ پر گوند چھڑ کر بے حس (Desensitised) کر دیا جاتا تھا تاکہ شیبہ کو پھیلنے سے روکا جاسکے۔
- جب اس پر پانی کا پت (Coat) پھیرا جاتا تو صرف غیر شمعی رقبہ ہی پانی جذب کر پاتا تھا کیونکہ شیبہ بر دار رقبہ پر تیل موجود ہوتا تھا۔ اس کے فوراً ہی بعد روشنائی بر دار رولر (Ink Roller) صرف شیبہ بر دار رقبہ پر روشنائی کی مہین برت چڑھا دیتے تھے کیونکہ غیر شمعی رقبہ (پانی سے) کیلا ہوتا تھا، تیل دہلی روشنائی (Oily Ink) اور پانی ایک دوسرے میں نہیں ملتے۔ اس کے بعد جب پتھر پر گوند کاغذ رکھ کر دباؤ ڈالا جاتا تو روشنائی بر دار شیبہ کے ٹھنڈے اس پر اتر آتے تھے۔ ہر ایک صفحہ کو چھاپنے کے لیے یہی دور درہرایا جاتا تھا۔
- دشواریاں (Disadvantages)**
- آرٹھ کو تصاویر اور حروف کی خطاطی اگلے انداز میں کرنی پڑتی تھی۔ صرف ماہر کی آنکھ ہی تیزی سے غلط کا پتہ لگا کر ان کی اصلاح کر سکتی تھی۔
- ماہر آرٹھوں کے ذریعہ رنگوں کو ملانے کی بھی ایک مد ہوتی تھی یعنی ایک مقررہ مد سے آگے دو لوگ بھی یہ کام انجام نہیں دے پاتے تھے۔
- 10 سینٹی میٹر موٹے پتھر کی سل کو تھا مناور اس پر کام کرنا ایک دشوار کام ہوتا تھا۔
- ہر کوئی کے پتھر کو استعمال نہیں کیا جاسکتا تھا۔ ٹھنڈے پتھروں کو در آمد کرنا کافی مہنگا پڑتا تھا۔
- انھیں اسنور کرنے کے لیے بھی کافی جگہ درکار ہوتی تھی۔
- مجموعی طور پر یہ ایک ست عمل ہوتا تھا۔
- پتھر پر اپنی شیبہ بنانے والی ڈرائنگ سے ہی میکینیکل طور پر شیبہ منتقل کرنے کے تصور کو فروغ ملا یعنی اس طریقہ میں پہلے سیدھی تصویر بنائی جاتی تھی (آرٹھ کو کسی قسم کی تصویر بنانے کی عادت بھی ہوتی تھی)۔ یہ تصویر خصوصی کاغذ پر ایک خصوصی چٹنی روشنائی کے ذریعہ بنائی جاتی تھی۔ جب یہ تصویر بر دار کاغذ پتھر کے تماس (Contact) میں آتا تو اپنی تصویر پتھر پر منتقل ہو جاتی تھی۔ فوٹو گرافی کی ایجاد نے منتقلی کے معاملہ میں غیر یقینی حالت کو ختم کر دیا۔ اب کسی بھی کاغذ پر آرٹھ کے ذریعہ روشنائی سے بنائی جانے والی سیدھی تصویر (آرٹھ کو جس کے بنانے کی عادت ہوتی ہے) کو اگلے انداز میں آسانی سے پتھر پر منتقل کیا جاسکتا تھا۔
- فوٹو گرافی کے علاوہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے ایجاد ہونے والے پوئیس اسکرینوں اور کلر فلٹروں نے ٹھنڈے گرافر کے زیادہ تر کام کو میکینیکل بنا کر رکھ دیا ہے۔



گرے دیو پر تنگ (Gravure Printing)

گرے دیو رسیلڈر کی کھدائی کرتا

(Engraving a Gravure Cylinder)

اس عمل کو مندرجہ ذیل اقدامات کے ذریعہ آسانی سے سمجھا جاسکتا ہے:

(1) سیاہ مرکبوں کے گرے دیو اسکرین (Grid) کو ایک شفاف کاغذ سے پلیٹ (Sheet of Clear Glass) پر چھاپ لیا جاتا ہے۔

(2) غلطی یا سیل کی دیواروں (Cell Walls) کو تشکیل دینے والے حصوں کو سخت بنانے کے لیے خصوصی طور پر ایسلٹن برادر (Special Emulsified) کاغذ کو پریان کردہ طریقہ سے ایکسپوز کر لیا جاتا ہے۔

(3) طبع کیے جانے والے فلم پازٹو (Film Positives) سے روشنی گزار کر اسکرین شدہ ایسلٹن (Emulsion) کو ایکسپوز کر لیا جاتا ہے۔ اب صرف سخت پارٹیشن دیواروں (Hardened Partition Walls) کی جگہوں کے درمیان موجود ایسلٹن میں ہی ختمی پیدا ہوتی ہے اور یہ ختمی، واقع روشنی (Incident Light) کی نوعیت قدروں (Tonal Values) کے تناسب ہوتی ہے۔

(4) اب ایسلٹن والے حصہ کو سیلڈر کی سطح پر چسپاں کر دیا جاتا ہے اور جب گرم دھار پانی (Hot Water Bath) میں کاغذ کو (سیلڈر سے) علیحدہ کیا جاتا ہے تو یہ کاغذ مختلف گہرائیوں والے ختم اور تنگ سیلوں کے نقش برادر ایسلٹن کو چھوڑ جاتا ہے۔

(5) اس کے بعد تنگ اب استعمال کیا جاتا ہے۔ تیزاب، ایسلٹن میں موجود سیلوں کے درمیان کاٹ کر اسے اور مساوی گہرائیوں (Corresponding Depths) تک تانبہ کو کھود کر (کاٹ کر) رکھ دیتا ہے۔ اصل (Original) کے تاریک حصوں کے لیے پازٹو سے ہو کر کم روشنی گزر پاتی ہے اسی لیے ایسلٹن کی کم مقدار ہی ختم ہوا پاتی ہے۔ پورے سیلڈر کے لیے اسٹیک

اس طریقہ طاعت میں تانبہ کے سیلڈر (Copper Cylinder) کی تیزابی کھدائی ہوئی سطح (Etched Surface) کے غالی حصوں کو استعمال کیا جاتا ہے۔

تیزابی کھدائی یا اسٹیک (Etching) کو ایک ایسی یکساں سطح نما گرد (Grid) پر پھیلا دیا جاتا ہے جس پر ایک مربع سینٹی میٹر میں تقریباً 3,600 سیل (Cells) ہوتے ہیں۔ جہاں نسبتاً گہرے ٹون والی اقدار (Dark Tonal Values) درکار ہوتی ہیں وہاں گہری تیزابی کھدائی (Etching) کی جاتی ہے اور جن حصوں کو اجاگر کرنا ہوتا ہے وہاں تقریباً فیصں کے برابر تیزابی کھدائی کی جاتی ہے۔ یہ کام فوٹو کیمسٹری (Photo Chemistry) کی مدد سے کیا جاتا ہے۔ روشنی پانی کی طرح تہی ہوتی ہے۔ اسے ایک تنگی (Tank) میں بھر کر مسلسل ہلاتے رہتے ہیں تاکہ ٹون میں یکسانیت رہے۔ اس میں کیمیائی طور پر یہ خصوصیت بھی موجود ہوتی ہے کہ کھدے ہوئے اسطوانہ (Etched Cylinder) سیلوں میں روشنی فوراً ہی بھر جاتی ہے اور جیسے ہی کاغذ کے تماس (Contact) میں آتی ہے تو پوری طرح کاغذ پر انڈیل دی جاتی ہے اور روشنی کا ذرا سا بھی حصہ ہائی نہیں بچ پاتا۔

سیلڈر کی سطح میں موجود تمام سیل تنگی میں موجود روشنی جذب کر لیتے ہیں۔ روشنی کی فاضل مقدار کو ایک سیدھی دھار والے ڈاکٹر بلڈ (Doctor Blade) کے ذریعہ پچھ کر صاف کر دیا جاتا ہے۔

اس کے بعد سیلڈر کی سطح کے تماس میں جو کاغذ آتا ہے وہ لغو شدہ نقطہ (Diffused Dots) کی شکل والے سیلوں سے روشنی جذب کر لیتا ہے۔ سب سے زیادہ گہرائی والے سیل سب سے زیادہ تاریک ہوتے ہیں۔ ان کی گہرائی جیسے جیسے کم ہوتی جاتی ہے دیے دیے یہ ہلکے ہوتے جاتے ہیں۔ اس طرح آرٹ ورک کے مطابق ہی نوعیت تغیرات (Tonal Variations) بھی نمایاں ہوتے چلے جاتے ہیں۔

اسی لیے لائن آرٹ کے لیے ان سیلوں کی کھدائی سب سے گہری اور یکساں انداز میں کی جاتی ہے۔

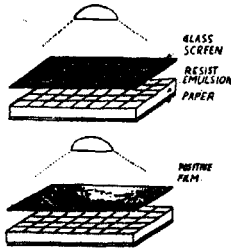
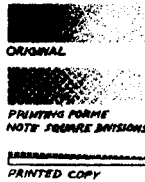
والا تیزاب کم گہری کھدائی کرتا ہے۔

(6) اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ ایسے سیلوں کا مطبوعہ نقش بن جاتا ہے جن کی گہرائی پانچویں کی نوعی قدروں کے تناسب ہوتی ہے۔

مدت (کھدائی کی مدت) مقرر شدہ یا مستقل (Constant) ہوتا ہے۔ کم سخت حصے سے گزرتا ہوا تیزاب تیزی سے کاٹ کر رہتا ہے اور اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ وہ تانبہ میں زیادہ گہرائی تک کھدائی کرتا ہے۔ اسی طرح کم ہدیک حصوں میں سخت حصوں کی موٹائی زیادہ ہوتی ہے اور اس سے ہو کر گزرنے



TWO VARIATIONS OF THE GRATURE SCREEN



والے ایسے میگزینوں کے لیے کیا جاتا ہے جن میں کئی رنگوں کی طبعت درکار ہوتی ہے۔

گرے دھڑھات کی ماہیت

(Quality of Gravure Impression)

لہائی اور مہلکی ایچر جو تک پروسیس کی وجہ سے اخبارات کی طبعت کے لیے اسے اس کی رفتار تیز ہونے کے باوجود بھی فوری نہیں دی جاتی۔ اس ترکیب سے لیٹر پریس روٹیری (Letterpress Rotary) کی مانند ٹیکسٹ ٹائپ (Text Types) بھی زیادہ صاف نہیں چھپتے۔ کم مہلکی میٹس (Less Costly Mats) اور سستے نیوز پرنٹ کے استعمال سے گرسے دھڑھات ایک دھاری (Edge) چڑھ جاتی ہے۔

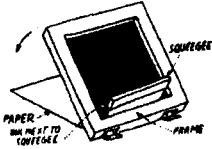
● لائن آرٹ کے لیے گرسے دھڑھات کبھی بھی تیز دھار (Sharp Edged) نہیں ہوتی۔ اس کی وجہ وہ گروسے جس کی بنا پتلی روشنائی (Thin Ink) کو قحاضے رکھنا مشکل ہوتا ہے۔ ڈاٹس (Dots) بہت زیادہ چھپے (Sharp) نہیں ہوتے کیونکہ کاغذ کی فطرت اور گرسے دھڑھات کی یکساں دھاری ماہیت کے سبب روشنائی ہر ایک ڈاٹ تک پھیل جاتی ہے اور اس طرح آس پاس کے ڈاٹ کے مابین واقع خلا کو پُر کر دیتی ہے۔ فوٹو گرافوں یا چھٹکوں کی مانند اصل آرٹ (Original Art) کے مسلسل ٹون کا احساس پیدا ہوتا ہے۔

● اچھٹک ہال فون (Intaglio Halftone) گرسے دھڑھات پر خشک کا جدید ترین طریقہ ہے۔ اس میں گھبرے علاقوں / حصوں میں عمدہ قدریں (Better Values) حاصل کرنے کے لیے مطلوب مسلسل ٹون ترتیبات (Continuous Tone Illustrations) کے لیے مختلف سائز اور گھبرائی سے مل بنائے جاتے ہیں۔

● اس پروسیس کا میک ریڈی اسٹیج (Makeready Stage) تک لازمی نتیجہ زیادہ لاگت کی شکل میں نکلتا ہے کیونکہ اس کام میں مہارتی مہیندگیوں کا کافی ہیں۔ پر خشک کی شرح تقریباً 25,000 کاپیاں فی گھنٹہ ہوتی ہے اس لیے اس کا استعمال زیادہ تر ہال فون کے لاگت رولوں (Longruns of Halftone)

سilk اسکرین پر چھپ

[Silk Screen Printing (Serigraphy)]



ٹائپ کے صفحات کو ترتیب سے رکھ کر فرمے میں جمائے کا خیال نہ رکھا جائے) تو پانچویں کو شفاف پیسٹ اپ (Paste Up) کے طور پر چھپ کر جاسکتا ہے۔

اسکرین ایک مخصوص انداز سے بنا ہوا سٹک کا تھو (ایٹیلان) ہوتا ہے جس میں یکساں فاصلہ پر ایک سینٹی میٹر میں 100 تا 160 دھانے موجود ہوتے ہیں۔ اسے چکانے والے سامان (Adhesive) کی مدد سے کسی لکڑی یا پینل سے فریم پر تان دیا جاتا ہے۔ اس اسکرین کو نمایاں فرق (High Contrast) والے فیوٹی حس ایملشن (Photosensitive Emulsion) سے پٹ دیا جاتا ہے جو فوراً ہی سوکھ جاتا ہے۔ پھر اسے پانچویں سے گزرا تیز روشنی ڈالی جاتی ہے۔ ایکپوزڈ شدہ علاقے ختم ہو جاتے ہیں۔ ایملشن کو چھپائی کے لیے تیار کرنے کی غرض سے غیر ایکپوزڈ شدہ حصوں کو گرم پانی سے دھویا جاتا ہے۔

طاعت (Printing)

فریم کو مزید پر ایک طرف قبضوں میں کس دیا جاتا ہے۔ فریم پر اسکرین، مزید دو درجہ ہوتا ہے۔ مزید دو کاغذ رکھا جاتا ہے جس پر نقوش چھاپے ہوتے ہیں۔ فریم کے کوڑے کنارے پر چھپو روشنی انٹریلی جاتی ہے۔ جب فریم کاغذ کے تماس (Contact) میں لایا جاتا ہے اور ربر کے سیدھے گلوے (Squeegee) کی مدد سے روشنی ایملشن میں سے گزاری جاتی ہے تو ایملشن کے نقوش کاغذ پر مرتب ہو جاتے ہیں۔ فریم کو اوپر اٹھایا جاتا ہے پھر نیچے رکے متعلق کاغذ کو سوکھنے کے لیے پھیلا دیا جاتا ہے اور اس کی جگہ دوسرا کاغذ (رجسٹر پلٹوں کی مدد سے) رکھ کر یہی دور از سر نو

یہ خاص طور پر لائن ورک کے ری پروڈکشن کرنے کا طریقہ ہے۔ نہایت باریک ہف ٹون نقوش (Dots) سے بھر جاتی ہے اور کورڈری اور پلاہر انجی مگر اصل میں بڑی خراب شبیہ بن جاتی ہے۔

یکساں اور نہایت باریک لائنوں کا نتیجہ بھی نیکے نقوش میں برآمد ہوتا ہے تاہم روشنی سوئی کی شکل میں جمع ہو جاتی ہے اور اس لیے اس سے تشکیل پانے والی اشکال غیر شفاف اور کھٹی دانے دار بنتی ہیں جو اچھے ڈیزائنوں کی وجہ سے بہت نفیس دکھائی دیتی ہیں۔ اس لیے اس ترکیب سے فائدہ اٹھا کر باوقار کام انجام دیے جاسکتے ہیں اور کتابوں، رسالوں اور پمفلٹوں جیسی چیزیں، پینٹس شیٹ کور، گریٹنگ کارڈ وغیرہ چھاپے جاسکتے ہیں۔ یہ طاعت ایسی سطحوں پر بھی کی جاسکتی ہے جہاں دیگر طریقے کام نہ رہے ہوں یعنی اس طریقہ سے شیشہ، پلاسٹک، دھات، پائپرنگ کا تھو (Binding Cloth) جیسے وغیرہ پر چھپائی کی جاسکتی ہے۔

کاپی (Copy)

الفاظ اور تصاویر دونوں کو یکساں ریڈی کاپی (Camera Ready Copy) کی شکل میں جمع کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ تصاویر اور نقوشات ٹھوس (Solid) علاقوں اور لائنوں سے تشکیل دی جاتی ہیں۔ کورڈری ہف ٹون اسکرین (15 لائنیں فی سینٹی میٹر یا اس سے کم) سے کارآمد نتائج پیدا ہوتے ہیں جو اس بات کی طرف دلالت کرتے ہیں کہ شبیہ کو پچھاننے کے لیے ری پروڈکشن (Reproductions) کافی بڑے سائز کے ہونے چاہیے۔

اسکرین کی تیاری — پر چھپ فرمے

(Screen Making — The Printing Forme)

ہر ویس کیکر کے کی مدد سے مطلوبہ سائز کے ٹیکلیج تیار کیے جاتے ہیں۔ کالکٹڈ پر چھپ (Contact Printing) کے ذریعہ شفاف پانچویں بنائے جاتے ہیں۔ اگر آرٹ ورک میں امپوزیشن اسکیم کا خیال نہ رکھا جائے (یعنی

دوہرا یا جاتا ہے۔

(Static Electricity) سے باردار (Charged) رہ جاتے ہیں۔

(2) شیبہ والے علاقے سے متقی باردار رحمت کا پاؤں چپک جاتا ہے۔ کیونکہ متقی اور مثبت بار ایک دوسرے کی جانب کشش (Attract) ہو جاتے ہیں۔

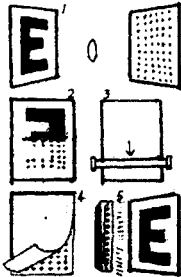
(3) برقی ہادی مدد سے رتکین شیبہ، مطلوبہ کاغذ پر تماس کے ذریعہ منتقل (Contact Transfer) کر دی جاتی ہے۔

(4) شیبہ بردار کاغذ کو پھیل کر اتار دیا جاتا ہے۔

(5) حرارت کی مدد سے شیبہ فکس کر دی جاتی ہے یعنی اسے مستقل نوعیت والی بنا دیا جاتا ہے۔

یہ ایک تیز رو طریقہ ہے۔ مثال کے طور پر زیر اس پر جنگ مشین سے تقریباً ایک لمحہ میں ایک کالی کے نتائج حاصل ہو جاتے ہیں۔ اس سے غیر مسطح سطحوں پر طباعت کرنے کا امکان بھی موجود ہے یعنی اس طریقہ سے ممکن بردار عیسے بورڈ اور کپڑے وغیرہ پر چھپائی کی جاسکتی ہے۔

اوپر جو طریقہ بیان کیا گیا ہے اس سے صرف ایک ہی رنگ کی چھپائی کی جاسکتی ہے۔ رنگین پر خشک (Colour Printing) کا طریقہ بہر حال ابھی تک ایجاد نہیں ہوا ہے۔



چتے فلیٹ رنگ (Flat Colour) اصل ڈیزائن میں موجود ہوتے ہیں رنگین کام کے لیے اسٹے ایسکرین بنائے ہوتے ہیں۔ چھپائی کو پوری طرح سوچنے میں 24 گھنٹے بھی درکار ہو سکتے ہیں۔ حالانکہ اس کام کے لیے میک نائزڈ گجٹس (Mechanised Gadgets) بھی ایجاد ہو چکے ہیں مگر بہر حال یہ ایک سست رفتار عمل ہے اور تیار ہل کو سکھانے کے لیے بڑے رقبے والی جگہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے یہ طریقہ چھوٹے پیمانے کی طباعت (اسکرین پر خشک) کرنے کے لیے ہی مناسب ہے۔ 100cm x 200cm والے بڑے اسکرین بھی کوئی نادر اسکرین نہیں رہ گئے ہیں۔ دیگر طریقوں میں چھوٹے پیمانے کے کام کے لیے بلاکوں (Blocks) یا آفیسٹ پلیٹ کی تیاری بہت مہنگی ثابت ہوئی۔ اس طریقے (Process) کا استعمال کم تعداد والی اور خوبصورت پر خشک کے لیے کیا جاتا ہے۔

الیکٹروفوٹو گرافک پر خشک

(Electrophotographic Printing)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں کیپادی پروسیسنگ ڈیویس اور ڈیولپر (Chemical Developers) اور فیکسٹو (Fixatives) سے تشکیل دی ہوئی کیپادی کی تیاری سے کچھ بہت دینا نہیں ہوتا اور شاید یہ ایک ایسا طریقہ بھی ہے جسے اختیار کر کے مستقل طباعت شدہ کاپیاں تیز رفتاری سے تیار کی جاسکتی ہیں۔ اس میں اختیار کیے جانے والے اہم اقدامات ذیل میں بیان کیے گئے ہیں:

- (1) ایک مخصوص سطح کو مثبت برقی بار (Positive Electric Charge) دے دیا جاتا ہے۔ جب اسے تکمیل شدہ ڈیزائن (Projected Design) کے رو بہ لایا جاتا ہے یعنی ایکسپوز (Expose) کر لیا جاتا ہے تو روشن علاقے (Lighted Areas) بار (Charge) کو تبدیل (Neutralise) کر دیتے ہیں۔ صرف شیبہ والے رقبے برقی سکونی

ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering)

(Larger) ہوتے ہیں جن میں مضمون کا متن تحریر ہوتا ہے۔ اس کی بنیاد (Base) اونچائی (Height) والی پہلی لائن کی بنیاد (Base) سے ملا ہوا ہوتا ہے۔ پیرا گراف میں حروف سینکڑے کھڑے دکھائی دیتے ہیں۔ یہ ابھرواں حروف پیرا گرافوں کے درمیان سفید جگہ (White Space) بناتے ہیں۔

ٹائپ فیس (Typefaces) کے ڈیزائن اور ان کے مختلف سائز قاری سے مختلف سطحوں پر رابطہ قائم کرنے کے مواقع فراہم کرتے ہیں۔ حقیقت تو یہ ہے کہ حروف کا ڈیزائن الفاظ میں ایک ثانوی حیثیت پر ا کر دیتا ہے۔

سائز کو مد نظر رکھتے ہوئے کئی بھی ڈیزائنز، ٹائپ کے دو ٹروپوں کا حلاشی رہتا ہے:

- سرخی یا سہلے ٹائپ (Heading or Display Types): ان کا سائز بڑا اور متعدد ہوتا ہے کہ قاری کی توجہ ان کی جانب مبذول ہو جائے۔ قاری کو پیغام کے معنوں سے متعارف کرانے میں ان کا استعمال کیا جاتا ہے۔
- بڈی ٹائپ (Body Types): یہ پیغام کے متصل متن کو تحریر کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

ٹائپ سیٹ بڈی کاپی (Typeset Body Copy)

ہم سب سے پہلے یہ بتائیں گے کہ ٹائپ سیٹ بڈی کاپی (Typeset Body Copy) میں کون کئی نمایاں خصوصیات ہوتی چاہئیں اور ڈیزائنر انھیں پیدا کرنے میں کس طرح کا سیلاب ہوتا ہے: یہ مان لیا جائے کہ مصنف نے مضمون تحریر کرنے میں موزوں الفاظ منتخب کیے ہیں اور اس میں کسی قسم کی کوئی غلطی نہیں کی ہے۔

حسن تحریر (Readability): اس سے زیادہ اہم اور کچھ نہیں ہو سکتا کہ

الفاظ (حروف) کی وضع قطع کے لیے ڈیزائنر کس چیز کا حلاشی رہتا ہے؟

تکثیف شدہ حروف (Condensed Letters): یہ وہ حروف ہوتے ہیں جو اپنی اونچائی کے مقابلہ چوڑائی میں ایک دوسرے سے زیادہ کچھے ہوئے اور نزدیک نزدیک ہوتے ہیں۔ اس طرح حالانکہ ایک سطر میں زیادہ الفاظ لکھے جاسکتے ہیں مگر انھیں پڑھنے میں آکھوں پر زور پڑتا ہے۔

توسیع شدہ حروف (Expanded Letters): اس حرف سے لکھی ہوئی کوئی مسلسل تحریر پڑھنے سے بھی آنکھوں پر زور پڑتا ہے کیونکہ ان الفاظ کو آنکھ ایک دم سے پہچان نہیں پاتی۔ تاہم اس طرح کے الفاظ بائیں سمت سے دائیں سمت کی جانب زیادہ زور دیتے ہیں۔ ان کے لیے زیادہ چوڑے کالموں کی ضرورت ہوتی ہے اور ایک سطر میں کم الفاظ آتے ہیں۔

چمپ سیٹ لائنیں (Typeset Lines): یہ لائنیں دائیں طرف کو جھکی ہوئی ہوتی ہیں، قاری کو انھیں پڑھنے میں بھی دشواری ہوتی ہے کیونکہ مسلسل پڑھتے ہوئے قاری کی نگاہ جب ایک سے دوسری لائن پر آتی ہے تو پڑھنے میں دشواری محسوس ہوتی ہے۔

پیرا گراف کا پہلا حرف ڈراپ لیٹر (Drop Letter) ہوتا ہے جو اکثر اس تحریر کے مقابلہ دینا چاہی ہوتا ہے جس میں مضمون کا متن تحریر ہے۔ اسے اس انداز میں لکھا جاتا ہے کہ یہ پیرا گراف میں جذب ہوتا ہوا منہ محسوس ہو تا ہے۔

ابھرواں حروف (Raised Letters) بھی بڑے (Capital) اور ان حروف سے بڑے

بے ترتیب فاصلوں کے جب ایک طرے سے دوسری طرے پر آسانی سے نہیں جلتی۔ اس سے پڑھنے میں پریشانی ہوتی ہے۔

عام طور پر اشتہاری محاطات میں دونوں جانب کی بے ترتیبی سے کام لیا جاتا ہے۔

● دوز (Widows) — ہر اگرالف کی آخری طرے میں ہانچ کیریتروں (Characters) سے کم کی موجودگی سے چٹا چاہیے۔

● عمومی طور پر سیریل ٹائپ (Serifed Types) میں حسن تحریر زیادہ ہوتا ہے کیونکہ فوراً ہی پیکان میں آجانے کے لیے ان میں انگریزی کردار (Individual Character) زیادہ ہوتا ہے۔ ٹیس سیرف (Sans Serifs) شاید زیادہ سادگی والی یکسانیت سے پُر نظر آتے ہیں اور اسی طرح نظر آنے والے اسٹروک (Strokes) پچھلے میں شاید زیادہ دشواری پیدا کرتے ہیں۔

مناسب ٹائپ کے انتخاب سے پیغام کے موڈ (Mood of a Message) کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ ٹائپ سیٹ کی مذکورہ بالا مثالوں میں سے کون سی مثال پیغام کے قریب ترین پیچیدگی قرار دی جاسکتی ہے؟ عام طور پر یہ کوئی بہت اہم قسم کی چیز نہیں ہے کیونکہ اس بات کا انحصار اس چیز پر ہوتا ہے کہ پرنٹر کے پاس کس قسم کے بڑی ٹائپ فیس (Body Typefaces) موجود ہیں۔

☆ فیہر جانب دارانہ موڈ خیال کے یا ترسیل (Transmission) کی ایک بہتر صورت ہے کیونکہ انھیں ٹائپ فیس کو کوئی دوسرا مشہور بھی استعمال کر سکتا ہے۔

☆ روشنائی کے رنگ کو تبدیل کرنے کے علاوہ ابتدائی ڈراپ حروف (Initials Drop Letters)، امجرواں حروف (Raised Letters) یا بے حروف میں سیٹنگ (Setting in Caps)، بولڈ فیس (Bold Face)، انٹیکس (Italics)، پیمانہ کی تبدیلی (Change of Measure)، ٹائپ سائز کی تبدیلی، سیٹنگ کی بے ترتیب شکل (Irregular Shape of the Setting) بھی موڈ تبدیل کرنے کے طریقے ہیں۔

الفاظ تیزی سے سمجھ میں آجائیں اور قاری جیسے جیسے تحریر پڑھتا جائے دیکھ دیکھ اسے تحریر کا مطلب سمجھ میں آتا چلا جائے، یہ خصوصیت پیدا کرنے کے لیے۔

☆ الفاظ بہت زیادہ قریب لکھے ہوئے نہ ہوں۔

☆ الفاظ نہ تو بہت گہرے ہوں اور نہ بہت زیادہ پچھلے ہوئے۔

☆ تمام کپٹل (Capitals) میں بڑے حروف والے اور کس حروف (Lower Case Letters) کو ترجیح دی جاتی ہے اسی لیے آٹھویں نمبر پڑھنے کی عادی ہوتی ہیں۔

☆ ذیلی موازنہ سے مطمئن کہ متن سمجھ میں آسانی ہوتی ہے۔ اس لیے اسے سستے سستے ہوں کہ ان کی جانب واجب طور پر توجہ مبذول ہو جائے۔

☆ ابتدائی حروف یا قراہرواں ہوں یا ڈراپ (Raised or Dropped)۔ پھر پچھلے ہی اگرالف کا پہلا حرف کپٹل (Caps) میں سیٹ کیا جاتا چاہیے۔ اس قسم کی ترکیبوں سے سرفی پڑھنے کے بعد قاری کو مزید مضمون پڑھنے کی طرف راغب کرنے میں مدد ملتی ہے۔

اب تین مختلف طریقوں سے کاپی سیٹ کرنے کی خطیوں اور خاصاں ملاحظہ ہوں:

(1) دونوں اطراف طرے میں ٹائپ ٹھیک پھیلائی جائے (دائیں اور بائیں جانب قطار بند طرے)۔ سب سے زیادہ مقبول طریقہ ہے اور کپیڈ ٹرکواس پر عمل کرنا سب سے آسان رہتا ہے تاہم الفاظ کے درمیان فاصلوں میں باقاعدگی نہیں رہ پاتی۔ بہت زیادہ چوڑے الفاظ کا انتہائی برآمد ہوتا ہے۔ اس سے انتخاب کرنا چاہیے۔

طرے میں آخری الفاظ کے نشانات، الحاق (Hyphenation) صحیح ہونے چاہئیں۔

(2) صرف بائیں جانب قطار بند (Aligned)، داہنی جانب بے ترتیب (Irregular) الفاظ کے درمیان برابر فاصلہ ہوتا ہے اور عملاً نشانات الحاق (Hyphenation) لگانے سے انتخاب کیا جاتا ہے۔

(3) بائیں جانب والی قطار بندی سے آٹھ کو یہ دشواری ہو جاتی ہے کہ

تکنیکی اہمیت (Technical Consideration)

پرنٹ ٹائپ ریزیروڈکشن کے لیے ندرچ ذیل باتوں کی اہمیت ہے:

☆ ریمرس پر تنگ کے لیے بہت زیادہ غلی ٹائپ (Too Thin)

(Types) مناسب نہیں (فوس پس منظر (Solid Background) میں سفید حروف ر.ی.)

☆ گرے دلچر (Gravure) اور سٹک: سکرین پراسیس (Silk Screen Processes) میں میرٹھ ٹائپ فیس (Serifed Type Faces) کی چمک دکھانے پڑ جاتی ہے۔

☆ یکساں وزن کے لیے رتقین شدہ ٹائپ کو سیاہ رنگ کی ٹائپ کے

مقابلہ زیادہ وزنی ہونا چاہیے۔

☆ لیٹر پریس میں حروف کو بہت قریب قریب لکھنا ممکن نہیں ہوتا۔

اس کے لیے آرٹ ورک اور اینکریجنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔

☆ دیگر پرویز کے لیے آرٹ ورک ضروری ہوتا ہے۔ اس لیے

حروف کو کسی بھی جگہ رکھنے یا لکھنے کے معاملہ پر قابو پایا جاسکتا

ہے۔

☆ لیٹر پریس میں متن (Text) کے لیے عام طور پر اینکریجنگ سے

پر تنگ اتنی عمدہ نہیں ہوتی جتنی سیدھے طور پر کی جانے والی

ٹائپ سے رہتی ہے۔

فراہمی (Availability)

بڑی کاپی کے لیے ٹائپ کے انتخاب میں تخلیق کا دارو مدار

پر ٹروں کے پاس موجود ٹائپ تک ہی محدود رہتا ہے۔ خصوصی طور پر لیٹرڈ

بڑی (Lettered Body) کی مثالیں تو شاید نادر ہی دیکھنے میں آتی ہیں۔

کاپی فٹنگ (Copyfitting)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ دیا ہوا

مضمون (کاپی) اگر کسی خاص ٹائپ فیس میں سیٹ کیا جائے تو آیا وہ فراہم

کردہ آؤٹ جگہ میں آئے گا یا نہیں۔

ہر ایک ٹائپ فیس میں (چاہے وہ یکساں سائز والی ہی کیوں نہ ہو)

ٹائپ کیریٹر (Type Character) کی اوسط چوڑائی مختلف ہوتی ہے اور ہر

ایک کے لیے کیریٹر کاؤنٹ ٹیبل (Character Count Table) ہوتی ہے

(جیسا کہ آگے دکھایا گیا ہے) اس ٹیبل سے کیریٹروں کے وہ نمبر پڑے

جاسکتے ہیں جو دیے ہوئے پیمانہ (Measure) میں فٹ ہو جائیں گے۔

کاپی فٹنگ ٹیبل کیسے استعمال کریں؟

(How to Use Copyfitting Tables)

(1) ٹائپ تحریر شدہ کاپی (Type-written Copy) کے لیے

(i) مسودہ میں ہر ایک حروف کے لیے الگ الگ کام کریں۔

(ii) ہر اگراف میں واقع کیریٹروں کی تعداد گن لیں۔ کیونکہ ٹائپ میں

تحریر کردہ ہر ایک کیریٹر کی چوڑائی یکساں ہوتی ہے اس لیے رولر (Ruler)

کے استعمال سے تفتق میں سہولت ہو جائے گی۔

معیاری ٹائپ رائٹر (Standard Typewriter) میں

10 کیریٹر (Characters) = 1"

ایلیٹ ٹائپ رائٹر (Elite Typewriter) میں

12 کیریٹر (Characters) = 1"

(iii) پینکٹس اور ٹائپ فیس کا فیصلہ کریں (طے کریں)۔ مثال کے طور پر

13cm کے لیے ٹائپس رومن (Times Roman) میں کیریٹر تفتق

(Count) 34 ہے۔ ہر اگراف کے کیریٹروں کی کل تعداد کو 34 سے

تقسیم کیا جائے تو اس سے آپ کو یہ معلوم ہو جائے گا کہ ایک کاپی میں کتنی

سطریں آئیں گی۔

(2) ہاتھ سے تحریر کردہ کاپی کے لیے (For Hand-written Copy)

(i) ہر اگراف کے حساب سے کام لیجیے۔

(ii) ہر اگراف میں موجود الفاظ کو گن لیں۔ 6 سے ضرب دیں (اوسط)

انگریزی حروف 5 کیریٹروں کا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ جگہ)۔ اس سے آپ

کو کیریٹروں کی تعداد معلوم ہو جائے گی۔

(iii) اس کے بعد ٹائپ تحریر شدہ کاپی (Type-written) والا طریقہ اختیار

کریں۔

(3) ٹائپ ایریا کی گہرائی معلوم کرنا

(To Find the Depth of Type Area)

ٹائپ لائنوں کے تعداد کو بڑی سائز سے ضرب کر کے لیڈنگ کو جمع کر دیا جائے اور پھر 12 سے تقسیم کر دیا جائے (pts کی تعداد ems میں ہو)۔
اس طرح ems میں ہی جواب ہوگا:

مثال:- اگر کاپی 7 لائنیں بنتی ہے اور مواد (Matter) 12 ٹائپس روومن میں 10 پریٹ کیا جائے تو

$$17 \times (10 + 2) = 17 \text{ ems} = 2 \frac{5}{6}'' = 9.2 \text{ cms.}$$

12

SIZE IN POINTS		5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
UNIVERS Medium	8	17	20	23	27	30	33	37	40	43	46	50	53	56	59	63	66	69	73	76
	10	13	16	18	21	23	26	28	31	33	36	38	41	43	46	49	51	54	56	59
	12	11	13	15	17	19	21	23	25	27	29	31	33	35	37	39	41	43	45	47
TIMES ROMAN Medium	8	16	19	22	26	28	32	35	38	41	44	47	51	53	57	60	63	66	70	73
	10	13	16	18	21	24	26	29	32	34	37	40	42	45	48	50	53	56	58	61
	12	11	13	15	17	19	21	24	26	28	30	32	34	37	39	41	43	45	48	50

CHARACTERS PER EM

ڈپلے ٹائپ اور حروف سازی

(Display Types and Lettering)

Ball Bold
Wolf Antiqua Amelia
GIORGIO
Emphasis
SCOTFORD UNICIAL
ANDRICH
Andrich Minerva
Egyptian 505
LINCOLN GOTHIC
DAVIDA BOLD
TONIGHT
Times Modern
Swash

Shown above are only a few of the many display typefaces showing their names. Type foundries vie with one another in producing new typefaces.

melt
STRETCH
FLUIDICS
(determination)
CRACK
SPRING SUMMER

اس کالم کے سامنے کچھ ڈپلے ٹائپ فیس دکھائے گئے ہیں۔ ان سے کچھ نام لکھے گئے ہیں۔ نئے ٹائپ فیس کو ایجاد کرنے کے معاملے میں ٹائپ مفاد خانے ایک دوسرے سے مقابلہ آرائی کرتے رہتے ہیں۔

ڈپلے ٹائپ کی اولین مطلوبہ خصوصیت کارٹین کی توجہ اپنی جانب مبذول کرانا ہوتی ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ عنوان کو پیغام کے متن سے متعارف کرانا ہوتا ہے۔ دوسرا سبب اسی صوف پر موجود دیگر بیانات کی سرخیوں سے مقابلہ آرائی کر کے اپنی جانب توجہ مبذول کرنا ہوتا ہے اور یہ بات اخراجات اور میگزینوں میں اکثر دیکھنے میں آتی ہے۔ اس کاسب سے عام طریقہ حروف کے ساتھ جوڑنا ہوتا ہے۔

• اپنی ظاہری وضع قطع یعنی الفاظ کے ڈیزائن کے ذریعہ ذہنی اثر پڑھری کی خاطر سرخی کا طرز مقرر کرنا ہوتا ہے۔

خصوصی کیریکٹر والے الفاظ کا انتخاب کیا جاتا ہے تاکہ نئی بات چش کرنے کے انداز میں معنی خیز اثر پڑھری اور سوڈ میں اضافہ ہو جائے۔

• پرتوں کے یہاں موجود ٹائپ فیس کو ڈیزائنوں کے لیے معیاری آرٹ تصور کیا جاسکتا ہے۔ بہر حال حروف کو آوازوں کی تصاویر قرار دیا جاسکتا ہے، زبان سے ادا کیے ہوئے الفاظ تشکیل پاتے ہیں۔ الفاظ میں ایسی معنویت پیدا ہوتی ہے جسے انسان کا جاننے والا ہی سمجھ سکتا ہے۔ اس طرح ٹائپ کے ڈیزائن سے معنی خیز طور پر ایک دوسرا مضمون پیدا ہوتا ہے جبکہ تشکیل (Illustration) سے جو مضمون پیدا ہوتا ہے وہ زیادہ آزلوئہ، زیادہ واضح اور بلا واسطہ ہوتا ہے۔

• ہر ایک پر نظر کے پاس ٹائپ کے نمونوں کی ایک کتاب ہوتی ہے جسے وہ ڈیزائنوں اور کپچریشن دونوں کے سامنے نمونے کے طور پر چش کرتا ہے۔

• جہاں تک سرخی یا عنوان کے ٹائپ کے انتخاب کا معاملہ ہے تو اس کے لیے یعنی متن (Text) کے لیے ٹائپ انتخاب کرنے والے کسی اصول پر عمل

کردی جاتی ہے۔ ٹائپ ڈیزائنر اس کا خیال رکھتا ہے، لیڈنگ آرٹس اپنی اسٹوڈیو میں اس کی تحقیق (Adjustment) کرتا ہے۔

ٹائپ سیٹنگ میں دو ٹائپوں کا درمیانی فاصلہ ہمیشہ ہی ہم آہنگ نہیں ہو پاتا کیونکہ کچھ حروف مثل کے اعتبار سے بے ترتیب ہوتے ہیں اور ہمیشہ ہی مستقل نہ رہتے ہیں۔ انگریزی حروف L, V, A, P, F, T لیکن لاکنگ اپ (Locking Up) کے مقصد سے تمام ہی ٹائپ کے شورڈر (بڑی) مستقل نہا ہوتے ہیں۔ ان سے ایسی غیر معمولی سفید جگہ پیدا ہو جاتی ہے جسے کپڑنگ میں کم نہیں کیا جاسکتا۔

بہن ایک ہی طریقہ ہاتی رہ جاتا ہے کہ دیگر حروف کے درمیان بھی متعادل طور پر فاصلہ پیدا کیا جائے تاکہ پوری سرفی / عنوان یکساں دکھائی دے۔ یعنی حروف کے درمیان فاصلہ بصری طور پر (Optically) یکساں ہونا چاہیے، میکانیکل (Mechanically) طور پر نہیں۔ آف سیٹ (Offset) اور گرے وچر (Gravure) کے معاملہ میں تو حروف کے درمیان فاصلہ اور بھی گھٹایا جاسکتا ہے۔ اس سے تو صرف ای وقت رجوع کیا جاتا ہے جب سربزیاں کتابوں کے عنوانات یا پوشرو وغیرہ کے ڈپلے ٹائپ کا معاملہ ہو۔

SPACING SPACING SPACING

لیڈنگ (Leading)

سطروں کے درمیان فاصلہ بڑھانے کے عمل کو لیڈنگ (Leading) کہا جاتا ہے۔ اس سے سفید جگہ میں اضافہ ہو جانے کے سبب حسن تحریر میں یقینی طور پر اضافہ ہوتا ہے اور الفاظ بہ آسانی سمجھ میں آجاتے ہیں۔ ایسا کرنے سے آنکھ کو ایک سطر سے دوسری سطر تک چھپنے میں بھی آسانی ہوتی ہے۔ تاہم کتاب کی چھپائی میں ایسا کرنے سے لاگت میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ صفحات کی تعداد بڑھ جاتی ہے۔

کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ کسی بھی ترتیب سے کام لیا جاسکتا ہے حتیٰ کہ بد شکل پیدا کرنے کو بھی ایک ترتیب قرار دیا جاسکتا ہے۔ مگر بد صورتی کی وضاحت کن کر سکتا ہے۔

• سرفی / عنوان کے حروف ٹائپ سیٹ یعنی آف سیٹ اور گرے وچر کے لیے "ہدف آپ کپڑا ٹائپ (Proof of Composed Types)" بھی ہو سکتے ہیں یا مگر ہاتھ سے بنائے ہوئے بھی ہو سکتے ہیں۔ وہ فونو میکانیکل یا ہاتھ سے بنے ہوئے کی وجہ سے چھوٹے بڑے ہنس مخر میں میز سے میز پر، بد شکل یا کسی بھی مخصوص شکل میں خراب نہا، بے ترتیب لڑے ہوئے، کچھ ہوئے فونو یا ہاتھ سے لکھے ہوئے ہو سکتے ہیں۔

خطاطی (Calligraphy)

خطاطی ہاتھ سے لکھے ہوئے خوبصورت الفاظ کو کہتے ہیں۔ خطاط کچھ اصولوں پر عمل کرتے ہوئے بھی کسی حد تک آزاد ہوتا ہے۔ اسٹائل اور لائنوں کی پہچان (Flair) کا دار و مدار ان آلات پر ہوتا ہے جنہیں استعمال کر کے وہ الفاظ تحریر کیے گئے ہوں۔

خطاط کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ وہ پیغام کی افہام میں آسانی پیدا کرنے کے ساتھ ساتھ کیریکچر کو انفرادیت بھی عطا کر دے۔ یہ کام ٹائپ سیٹنگ کے مقابلہ میں ہوتا ہے کیونکہ ہاتھ سے لکھنے میں وقت زیادہ لگتا ہے۔ اس کے علاوہ ایک خاص ٹریننگ کے حامل ہونے کے سبب آرٹس زیادہ داجرت طلب کرتا ہے۔

ٹائپ سیٹنگ کے دوران فاصلے مقرر کرنا

(Spacing in Typesetting)

مستقل مطالعہ کرنے کے لیے یکساں اونچائی اور یکساں درمیانی فاصلہ والے الفاظ ٹیک رہتے ہیں کیونکہ انہیں پڑھنے میں قطعاً کوئی دشواری نہیں ہوتی۔ اسی طرح سیدھی لائنوں اور یکساں درمیانی فاصلہ والے الفاظ اور لائنوں میں مناسب فاصلہ دلی تحریر بھی فوراً سمجھ میں آ جاتی ہے۔

لیکن جب بالکل یکساں اونچائی والے حروف بنائے جاتے ہیں اور جب حروف اوپر یا نیچے سے گول یا غروٹی ہوتے ہیں تو وہ (اوپر یا نیچے) چھوٹے دکھائی دیتے ہیں۔ اس لیے ایسے الفاظ کی اونچائی بڑھا کر اس کی خطائی

تمثیلات / تصاویر (Illustrations)

اور کتنی جھوکر ناممکن ہو تا ہے۔ زیادہ تر اشتہارات میں سرخی سے پیغام کی اثر پذیری اور اثر کا فون مقرر کیا جاتا ہے اس لیے اس کے مقاصد کے حصول کی تکمیل کے لیے زیادہ تر تفصیل سے کام چلایا جاتا ہے۔ تاہم یہ اس قسم کی بھی نہ ہو کہ اسے ایک دم سے سرخی (Headline) کے معنی قرار دے دیے جائیں۔ تصویر اتنا اشتیاق پیدا کر دے والی ہو کہ قاری پورا پیغام پڑھنے پر مجبور ہو جائے۔

ڈیزائنرز بھی تصویر کی اس قسم سے بخوبی واقف ہو تا ہے جو ٹارگٹ گروپ (Target Group) کے سمجھ میں آجائے اور ان پر اثر انداز بھی ہو۔ وہ اسی کے مطابق موضوع، نفاذ، اسٹائل اور تکنیک کا انتخاب کرتا ہے۔

عہدہ تمثیل / تصویر کی خصوصیات

(Qualities of a Good Illustration)

یہ بات ذہن نشین رکھنا چاہیے کہ تمثیل آخری سرے تک پہنچنے کا ایک ذریعہ ہوتی ہے۔ آخری خطا تو وہ اطلاع دینی ہوتی ہے جسے سمجھ لیا جائے اور پھر فروخت کاری میں اضافہ ہو۔ اشتہاری تمثیل کی ذیوائن کاری میں مندرجہ ذیل بیان کردہ خصوصیات ہونی چاہئیں:

- اسے موضوع سے متعلق ہونا چاہیے۔ صرف منھک نگاری یا بہت زیادہ تجزیہ تمثیلات یا تجزیہ تمثیلات (Abstract Illustrations) سے کام نہیں چلتا۔
- سرخی اور کالی میں ربط ہونا چاہیے۔
- غیر متعلقہ مزاح سے بے اعتمادی پیدا ہوتی ہے اس لیے ایسی تمثیلات سے اجتناب کرنا چاہیے۔
- عجیب سی اور ناگوار اشیاء سے پسندیدہ ارتقا (Reactions) پیدا نہیں ہوا کرتے۔
- موضوع کی واضح تصویر کشی کے ذریعہ سیدھے سادے اور مثالی انداز

تصویر ہزار الفاظ سے کہیں بہتر ہوتی ہے۔ لفظی پیغام کو جلدی سے ذہن نشین کرانے کے لیے ڈیزائنر اس فی الفور دھکے ہارے میں غور و خوض کرتا ہے۔ کسی ایسے اشتہار کا تصور کیجیے جس میں تصویر کے بغیر کوئی کار (Car) یا مندر یا صرف پاؤں کا ڈبہ دکھایا گیا ہو تو ہر ایک قاری ان چیزوں کے متعلق اپنے ذہن میں کوئی نہ کوئی تصویر تشکیل دے لے گا۔ محر تصویر سے ہر ایک قاری کے ذہن میں اس شے کی شکل و صورت کے بارے میں ایک ہی تصور ابھرے گا۔ اس طرح تصویر زیادہ آفاقی زبان (More Universal Language) ہوتی ہے۔

تیار شدہ اشتہار یا فراہم کردہ خدمات کے اشتہار کے لیے تصویر کشی اپنی یکسانیت کے باعث کچھ آسان بنے والی ہوتی ہے مگر ایسے اشتہارات کے لیے ڈرامائی تصویر کی موجودگی بھی غیر معمولی بات نہیں ہے۔

کسی تیار مال کو استعمال کرنے کے طریقہ کی تصویر کشی کرنا اور پھر اس میں اس کے استعمال کے فائدے اور نا استعمال کے نقصانات بیان کرنا ایک مقبول طریقہ ہے۔ خلوص (Sincerity)، اعتماد (Integrity)، وقار (Prestige)، اعتماد (Faith)، حسن (Beauty) وغیرہ ایسی خصوصیات ہیں جو تصویر کو نقصانات عطا کرتی ہیں۔ ایسی تصویر ہر الفاظ کے مقابلہ زیادہ موثر تفصیل بیان کرتی ہے۔ شاید تصویر میں موجود گرد و پیش اس میں مدہو ہوتے۔

اسی طرح موڈ اور جذبات کی کٹھن بھلیاں یا لطافت (Subtleties of Mood and Emotions) ایسی باتیں ہوتی ہیں جن کے تئیں عوام زیادہ آسانی سے رد عمل کا اظہار کرتے ہیں اور اس طرح وہ جلد تر نیابت قبول کر لیتے ہیں۔ اس طرح حقیقی ڈیزائنر کے لیے یہ ایک ایسا میدان ہے جس سے وہ زیادہ سے زیادہ فائدہ اٹھا سکتا ہے۔ تصویر کی طور پر توان کا اظہار علمانی ہو سکتا ہے۔ کسی تمثیل میں موضوع اور تکنیک (اس میں رنگوں کا استعمال بھی شامل ہے) سے ماحول تخلیق کرنے اور توجہ مبذول کرانے میں مدد ملتی ہے۔ تکنیک کا استعمال کسی تمثیل کے موضوع میں طبعی اور جذباتی خصوصیات اجاگر کرنے میں کیا جاسکتا ہے۔ ذرا تصور تو کیجیے کہ کارٹونوں کے ذریعہ کتنا مزاح

- تشیل میں لے آؤٹ کے تکنیکی اصولوں یعنی توازن، اتحاد وغیرہ کی خلاف ورزی نہیں کرنی چاہیے۔
- آخر میں مگر اہمیت کے اعتبار سے کم نہیں یہ کہ تشیلات کی طبعیت نہایت عمدہ ہونی چاہیے۔ چونکہ تمام ایڈورٹائزنگ ڈیزائن کی چھپائی ہونی ہوتی ہے لہذا ہمارے لیے ری پروڈکشن کے نقطہ نگاہ سے تشیلات کی حلف اقسام کا مطالعہ کرنا نہایت ضروری ہے۔
- تشیلات دو طرح کی ہوتی ہیں خطی تشیلات (Line Illustrations) اور مسلسل ٹون تشیلات (Continuous Tone Illustrations) جسے ہاف ٹون (Half-tone) بھی کہتے ہیں۔ ان کا مطالعہ ہم آگے کریں گے۔
- میں خورانی موضوع کو بیان کرنے والا ہونا چاہیے۔
- یہ بہت ضروری ہے کہ تشیل میں جو کچھ بھی دکھایا گیا ہو وہ اس قسم کا ہو کہ اس کی تائید کر کے اس پر اتحاد کر لیا جائے۔
- اتحاد و اعتقاد، بے ساختگی (Naturalness) سے پیدا ہوتا ہے۔
- جو کچھ بھی اس مصنوع شے سے حاصل ہو سکتا ہے اس سے زیادہ کا وعدہ نہ کرنا چاہیے۔
- ایک ہی طرح کے ماڈلوں (Stereotyped Models) سے توجہ مبذول نہیں کرائی جانی چاہیے۔
- اشتہار میں باہر دیکھتے ہوئے چہرے قاری کو بھی باہر دیکھنے پر مجبور کر دے۔

کئی طرح کی خطی تمثیلات

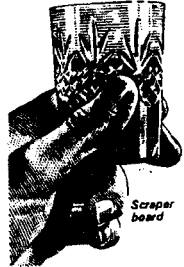
(The Many Kinds of Line Illustrations)



PEN AND INK
DRAWING



STIPPLING IN PEN
TO ADD DEPTH



Scraper
board



CARTOON DRAWING
IN OILS



STYLED GOLD LINE
DRAWING



DRY BRUSH ON CHARCOAL PAPER

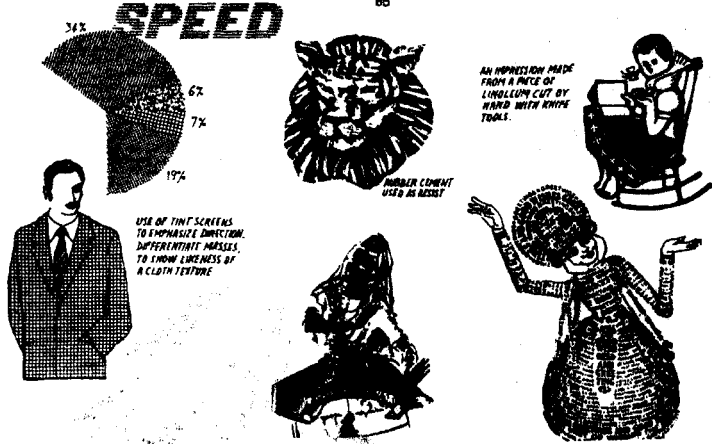
BRUSH DRAWING
WITH PHOTOGRAPHIC
REVERSAL AT RIGHT



A CROSS HATCHING

CROSS HATCHING WITH PEN

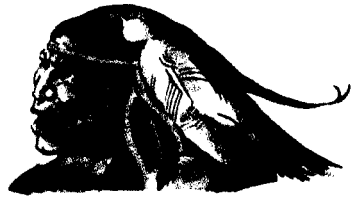




- (1) اس کے موضوع کی ترجمانی میں بروئے کار ٹیکنیک کے سبب بصری تصادم (Visual Impact) میں واقع ہونے والی تبدیلی کا بھواں اندازہ ہو جاتا ہے۔
- (2) ریزسٹ (Resist) کے طور پر استعمال شدہ ربر سیمنٹ (Rubber Cement)
- (3) لئوئیم (Linoleum) کے ٹکڑے پر چاقو اور دیگر لوازمات کی مدد سے بنائے گئے نقش۔
- (4) سمت پر زور دینے کے لیے ٹنٹ اسکرین (Tint Screens) کا استعمال۔ کپڑے کی بافت میں واقع یکسانیت کو دکھانے کے لیے ماسیز (Masses) کی تفریق پذیری (Differentiation) سے کام لیجیے۔

گزشتہ صفحے سے یاد

- (1) چین اور روشنائی سے تیار کردہ ڈرائنگ
- (2) کھدائی و کھانے کے لیے قلم میں اسٹرپنگ (Stripping)
- (3) اسکرپر بورڈ (Scraper Board)
- (4) برش سے تیار شدہ کارٹون ڈرائنگ
- (5) اسٹیپلنگ
- (6) کھردرے کاغذ پر ٹنگ برش
- (7) کھردراکارٹون
- (8) قلم سے کی جانے والی کراس ہچنگ (Cross Hatching)
- (9) اشکال شدہ جلی خط (Bold Line) والی ڈرائنگ
- (10) برش ڈرائنگ۔ اہنی چابک فوٹو گرافک ردور زل (Reversal)
- دکھایا گیا ہے۔
- انھیں سفید یا ہموار رنگین سطح پر رنگ کے یکساں سائے نون (Solid Tone) سے بنایا جاتا ہے۔
- انھیں پرنٹ کرنا آسان ہوتا ہے کیونکہ ان کے لیے یکساں روشنائی اور پھر کاغذ چھانچنے کی ضرورت ہوتی ہے۔
 - بلاکوں (Blocks) یا آف سیٹ پلینوں کا بنانا سستا پڑتا ہے کیونکہ اس میں صرف سستی فلموں کی ہی ضرورت پڑتی ہے اور پرائنٹس اسکرین کی تیاری والی مہارت ملوث نہیں ہوتی۔
 - اسکرین کی غیر موجودگی کی وجہ سے انھیں سستے کاغذوں پر چھاپا جاسکتا ہے۔



5 Brush drawing (nos. 1 and 3 sables): the finest details are drawn with the tip of the brush. Mass and volume are suggested very effectively by repeated brushstrokes which start broad and gradually become narrower.

7 Pen drawing with ink wash: pen is used for the outlines and volumes are modelled with a monochrome wash.

6 Pen and wash drawing: chiaroscuro comes only from crisp black brushstrokes, without intermediate tones. The light/dark contrast is dramatised.

8 Coloured pen and brush drawing: Outlines and shading are in pen and brush (nos. 1 and 3 sable); colour is applied in watercolour to the reverse side of the paper.

کراس ہچنگ کے ذریعہ درمیانہ ٹون (خاکستری) پیدا کیے جاتے ہیں۔ اسٹروک سیاہ ہوتے ہیں اور مسلسل ٹون پیکروں کی طرح ٹونڈ ڈاؤن خاکستری (Toned-down Greys) نہیں ہوتے جیسا کہ مسلسل ٹون تمثیلات میں ہوتے ہیں۔ اس سے ہلکی روشنی کی دھوپ چھاؤں دکھائی جاتی ہے۔ کراس ہچنگ کے اسٹائل پر بافت (Texture) دار اور مدہار ہوتا ہے۔

لائن اسکرین سے تیار کی جانے والی ڈرائنگ

(Drawings with Line Screen)

اس سٹائل میں درمیانہ ٹون (خاکستری Greys) کو معیاری ننت اسکرین متوازی خطوط، دائروں، خصوصی فاقوں وغیرہ کی مدد سے مثبٹی طور پر کاغذ یا زپ ٹون (Zippatone) پر چھاپ دیا جاتا ہے۔ اس کام کو یا تو

لائن ڈرائنگ (Line Drawings)

اس قسم کی سادہ ڈرائنگوں کو سفید کاغذ پر بنانے کے لیے قلم اور روشنائی اور برش ہی درکار ہوتے ہیں۔ گہری سیاہ انطین روشنائی سے سب سے بہتر نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ گرے ٹون اور وہ بھی خاص طور پر اگر سرور پر ہوں تو پروسس کیمرو آپریشن میں شاپ ڈیفینیشن (Sharp Definition) کو کھاتے ہیں۔ اور اسی لیے اس سے ہر حال میں بچنا چاہیے۔ اس میں تو یکساں انداز کے سیاہ اور جیسے انداز کے معرف اسٹروک (Sharply Defined Strokes) مطلوب ہوتے ہیں۔

کراس ہچنگ ڈرائنگ (Cross Hatched Drawings)

انھیں اوزاروں (Tools)، قلم، برش اور روشنائی کو استعمال کر کے



These eight vignettes show some of the cartoonist's techniques applied to the head of an Indian.

3 Line drawing with pen: modelling is suggested by hatching and highlights are clearly identified.

1 Drawn with a 2B pencil: the varying thickness of the line suggests light, shade and mass.

4 Pen and brush (no. 3 sable) drawing: most of the chiaroscuro is suggested with pen strokes while the darkest tones are filled in with the brush.

2 Line drawing with pen, nib and Indian ink. Light, shadow and mass are suggested by variations in the thickness of the line.

آرٹس انجام دیتا ہے یا پھر ایگر بور کو ایسا کرنے کی ہدایت دی جاسکتی ہے بشرطیکہ اس کے پاس ٹنٹ اسکرین (Tint Screens) (پرائیٹنگ: مین ڈیز Ben-Days) موجود ہوں۔

اسکرپچر بورڈ (Scraper Board) دراصل سچے بورڈ (کیت) ہوتا ہے۔ اس پر چائنا گلاس کی سوئی سی تہ چڑھی ہوتی ہے اور پھر سب سے اوپری سطح پر کروی جاتی ہے۔ آرٹس کسی دھار دار اوزار سے سیاہ سطح کو کھرچ کر سفید رنگ کی ڈرائنگ تیار کرتا ہے۔ اٹلیاٹک (India Ink)، برش اور قلم سے غلطیاں ٹھیک کر لی جاتی ہیں۔ یہ ایساٹڈ ہائٹون (Embossed Textures) میں بھی دستیاب ہوتا ہے جو کھرچنے پر بہ آسانی ہائٹون گریڈیشن (Halftone Gradation) دیتا ہے۔

مسلسل ٹون پچھلے سے لائن پرنٹ (تیار کرتا)

(Line Print From Continuous Tone Picture)

اس کام میں فوٹو گراف پر وسیع اور صرف گہرے سنگل ٹون ماسیز (Dark Single Tone Masses) پر قرار رکھ کر مسلسل ٹون پچھلے میں سے گہرے ٹون کو ختم کر دیا جاتا ہے۔ تمثیلات (عموماً فوٹو گرافس) کی ابتداء کرتے وقت کافی جیسے کنٹراسٹ ٹون (Fairly Strong Contrast)

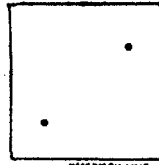
برداخت کاغذ (Bromide Paper) پر اسکرین شدہ پانچویں

کے پھوٹے، برش یا غسل ڈرائنگ کے ذریعہ ڈرائنگ میں ایک غیر معمولی اثر پیدا کر دیا جاتا ہے۔ ان ہاسٹی ٹامپ کے کلاے فیل (Distortions) کو ملاحظہ کیجیے جنہیں پرنٹنگ فلیٹ (عمومی) سطح کو خفیدہ کر کے اور فوٹو گراف کے ذریعہ پیدا کیا جاسکتا ہے یا پھر کسی خفیدہ سطح پر ابھر والے نقوش اور ان کا فوٹو گراف لینے کو ملاحظہ کیجیے۔

(Tones میں مائیز (Masses) کو عمدہ طور پر تقسیم کر لیا جاتا ہے اور یہ کام تیز روشنی (Strong Light) سے انجام دیا جاسکتا ہے۔ آخر میں ہاتھ سے نوک چمک درست کرنا بھی ضروری ہے۔

خصوصی اثرات (Special Effect)

اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کسی کمرے ہفت والے کاغذ پر روشنی



DECORATIVE LINE

تصویری خط



سست



چال (speed)



SPEED



SHAPE

صورت (shape)

خط (Line)

نوں (قدر ، وزن)

Tone (Value, Weight)

نوں رنگ کی شدت ہوتی ہے۔ سیاہ کو شدید ترین اور سفید کو کمترین سمجھا جاتا ہے۔ ان دونوں کے درمیانی رنگ خاکستری یا دھندلے ہوتے ہیں۔ فوٹوں ٹراف میں سیاہی کے تدریجی تغیرات (Gradations) خاکستری رنگوں کی مثالیں ہیں۔ لیکن ہالٹ نون کندہ کاری (Half-tone Engraving) یا کراس ہینڈ شیڈنگ (Cross Hatched Shading) سے خاکستری رنگ کا صرف ابھام پیدا ہوتا ہے۔ نون سے خط نمایاں ہو جاتا ہے۔ اس سے کمیت اور وزن (Mass and Weight) کا اظہار ہو جاتا ہے۔

رنگ (Colour)

اشیاء کے موڈ پر رنگ سب سے زیادہ اثر انداز ہوتا ہے۔ اس طرح رنگوں کا استعمال پینٹات کے جذباتی اثر کو اجاگر کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ تصاویر کو معتبر بنانے اور کبھی کبھی فہرست سازی کے لیے بھی رنگوں کا استعمال کیا جاتا ہے، اس سے تمیز کرنے یا موازنہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔

خطوط — مستقیم بھی ہو سکتے ہیں اور منحنی بھی، جلی بھی ہو سکتے ہیں اور نفی (Light) بھی، ہموار بھی ہو سکتے ہیں اور ناہموار بھی، مسلسل بھی ہو سکتے ہیں اور غیر مسلسل بھی، حقیقت کا اظہار کرنے والے بھی ہو سکتے ہیں اور معنی خیز بھی۔ لے آؤٹ میں کوئی بھی دو نقطوں یا اندراجات (Items) کو دیکھ کر قاری ان کے درمیان اپنے ذہن میں ایک خط کھینچتا ہے۔ ایسا خط حقیقی خط کے مقابل زیادہ قوی اور بار (Charge) کا حامل ہوتا ہے۔

خطوط موڈ کو بھی ظاہر کرتے ہیں۔ عمودی خطوط سے استحکام اور وقار (Dignity) جھلکتا ہے۔ افقی (Horizontal) خطوط سے خاموشی اور اشتغال (Calmness and Firmness) کا اظہار ہوتا ہے۔ اسی طرح وتری (Diagonal) یا ترچھے خطوط سے جوش و حرکت اور منحنی خطوط سے ادا یا دلربائی کی عکاسی ہوتی ہے۔

خطوط سے سطحوں اور حرکت کی رفتار کا مندر یہ بھی ملتا ہے۔ اس کے علاوہ ان سے اشکال کی وضاحت بھی کی جاتی ہے اور حد بندی بھی۔ یہ جگہ کو تقسیم کرنے والے ہوتے ہیں۔

کے لیے بھی کیا جاسکتا ہے۔ کسی لے آؤٹ میں جو کچھ بھی دکھایا جاتا ہے اس کی کچھ نہ کچھ وضع قطع شکل و صورت ضرور ہوتی ہے۔ جہاں فن طاعت (Typography) میں الفاظ کی انفرادی شکل و صورت اور وضع قطع کو مد نظر رکھا جاتا ہے، وہیں لے آؤٹ میں کچھ شدہ ٹائپ کے خطوط یا خطوط کی جماعت سے ایک ایسی وضع قطع یا شکل و صورت وجود میں آتی ہے جسے دھیان میں رکھنا ہوتا ہے۔

ہر ایک فنون کی وضع قطع بھی ہوتی ہے۔ ایک خط کے پچ و خم سے بھی ایک شکل و صورت وجود پاتی ہے۔ اسی طرح کسی اشتہار کے گہرے رنگ اور اس کی وسعت سے بھی وضع قطع تشکیل پاتی ہے۔

سائز اور جگہ (Size and Space)

کسی عنصر کے سائز اور ارد گرد کے ماحول میں تناسب موجود ہو تا ہے۔ اس کا تعلق لے آؤٹ میں موجود دیگر عناصر کے سائز سے بھی ہوتا ہے۔ موازنہ کرنے سے کسی شے کے اصل سائز کا پتہ چل جاتا ہے۔ سب سے بڑے عنصر کا اثر بھی موانسب سے زیادہ مرتب ہوتا ہے۔

آئرن کوڈ (Code) کے طور پر استعمال کیا جائے تو اس سے مخصوص عناصر کی درجہ بندی کرنے کا کام لیا جاسکتا ہے۔ تاہم طاعت کے نقطہ نگاہ سے دیکھا جائے تو رنگوں کا استعمال ایک مہنگا سودا ہے۔

بافت (Texture)

خاکستری رنگوں میں پیش کردہ امتیازی نمونہ (رنگین سطح کے نوس (شدتی) حصوں) کو بافت کہتے ہیں۔ اس سے دیکھنے والے کے ذہن میں ایسے جذبات سر اٹھاتے ہیں جو مناظری (Optical) یا فیزیکی (Physical) ہو سکتے ہیں۔ اسی طرح اس بافت (Texture) کو نرم، سخت، ہموار اور ناہموار جیسی اصطلاحات سے بھی ظاہر کیا جاتا ہے۔ حد تو یہ ہے کہ کاغذ کی سطح کی بھی بافت یا باطلوت ہوتی ہے اور یہ بافت پیغام کو متاثر کرتی ہے اور اسی لیے یہ ڈیزائنر کے مد بصیرت (Purview) میں آتی ہے۔

وضع قطع، شکل و صورت (Shape)

گر اگر ڈیزائنر کے لیے شکل و صورت یا وضع قطع زیادہ تر دو جہتی (Two Dimensional) ہوتی ہے۔ اس کا استعمال گہرائی کا ابھام پیدا کرنے

رنگ (COLOUR)

رنگ (Colour)

پیغام جذب کرتا چلا جاتا ہے۔ پند رنگ مہرائی (Richness)، عظمت (Dignity)، اور وقار (Prestige) عطا کرنے والے ہوتے ہیں۔ اسی طرح رنگوں سے دیگر مزاجی کیفیات (Moods) کی عکاس بھی کی جاسکتی ہے۔

- کبھی کبھی کسی پیغام میں موجود چنیدہ عموماً (Chosen Items) میں رابطہ قائم کرنے کے لیے رنگ استعمال کیا جاتا ہے۔

رنگ کی جہتیں (The Dimensions of Colour)

رنگ کی جن جہتیں ہوتی ہیں:

- (1) ہیو (Hue): یہ رنگ کا نام ہوتا ہے جیسے ہرا، نیلا یا چمکا اور۔
- (2) قدر (Value): رنگ کے پھیلے جانے پھیلنے (Lightness) یا ٹون (Tone) کو قدر کہتے ہیں۔ ٹون جتنی پھلکی ہوتی ہے رنگ کی قدر بھی اتنی ہی اعلیٰ تر ہوتی ہے۔ رنگ میں سفید ملا کر ٹینٹ (Tints) حاصل کیے جاتے ہیں اور رنگ میں سیاہی ملا کر شڈ (Shades) حاصل کیے جاتے ہیں۔
- (3) کروما (Chroma): کروما رنگ کی چمک (Brightness) یا اس کی شدت (Intensity) کو کہتے ہیں۔ دھندلے رنگوں کی شدت کم ہوتی ہے۔ اگر ہم سے چمک دار، پھلے (Soft)، بھورے رنگ کے بارے میں پوچھا جائے تو اس کا مطلب ہے کہ ہم سے اسی ترتیب میں کروما، قدر (Value) اور ہیو (Hue) کے بارے میں (کچھ) کہا جا رہا ہے۔

ہیو رنگ کی پہچان ہوتی ہے۔

قدر (Value) نوع کثافت ہوتی ہے۔

کروما (Chroma) چمک یا رنگ کی شدت ہوتی ہے۔



HUE IS THE IDENTIFICATION OF THE COLOUR
VALUE IS THE TONAL DENSITY
CHROMA IS THE BRIGHTNESS OR INTENSITY

رنگ وہ واحد حقیقت ہے جو سیاہ و سفید رنگوں میں پیچھے ہوئے کسی بھی پیغام کی شکل و صورت کو تبدیل کر دیتا ہے۔ چاہے فضیل ہو یا صرف ٹائپ (Types) یا میل و اتحاد (Combination) — جب بھی انھیں کسی رنگ میں ملایا جاتا ہے ایک خوش نما ماحول کی عکاسی ہوتی ہے۔ اس باب میں رنگ سے مراد سیاہ رنگ نہیں ہے حالانکہ پرنٹر کے نزدیک سیاہ بھی ایک رنگ ہی ہے۔ ہمیں کسی شے کا جیسا رنگ نظر آتا ہے وہ دراصل سفید روشنی کا وہ حصہ ہوتا ہے جو اس شے سے منعکس ہو کر ہماری آنکھوں میں پہنچتا ہے۔ سفید روشنی کے ہائی مائدہ اجزا (رنگوں) کو الگ الگ کر دیتا ہے۔ نیشن (Prism) کے لٹک (Disc) تجربے سے اس کے برعکس بھی کیا جاسکتا ہے۔

رنگ کا استعمال (Uses of Colour)

- پوری طرح رنگین تصویر (فضیل سے بیان کردہ موضوع کی صداقت اور حقیقت پرستی ہوئی نظر آتی ہے کیونکہ قدرتی ماحول میں چند چیزیں عیسیاہ یا غاکسٹری ہوتی ہیں۔
- تاہم ان سے تعویذاتی — حتیٰ کہ باوقوف انطرب (Supernatural) ماحول بیان کرنے میں مدد ملتی ہے۔
- سیاہ اور دیگر رنگوں کا استعمال امتیاز پیدا کرنے میں بھی کیا جاتا ہے اور اس طرح پیغام سے متعلق ہوشیاری برتتے بیان پر زور دینے کے لیے انھیں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس سے عموماً خریداروں کو فائدہ پہنچتا ہے۔
- کوڈ (Code) کے طور پر رنگوں کا استعمال نقشوں اور چارٹوں یا کتاب کے شروع اور آخر کے حصوں (Fly Leaves) کے لیے کیا جاتا ہے۔
- انکوائٹ کسی خاص راستے پر قاری کو گامزن رکھنے کے لیے رنگوں سے اس کی رہنمائی کی جاتی ہے اور اس طرح قاری مطلوبہ توان میں

چند تعریفیں (A Few Definitions)

پرائمری کمر: ان رنگوں کو کہا جاتا ہے جنہیں ان کے اجزائے ترکیبی میں مزید اور نہیں توڑا جاسکتا، زرد، نیلا اور لال پرائمری رنگ ہوتے ہیں۔

سیکنڈری کمر: دو پرائمری رنگوں کو یکساں مقدار میں ملائے پر ثانوی یا سیکنڈری رنگ حاصل کیے جاسکتے ہیں۔ اس طرح نارنجی، اورغوانی (Mauve) اور ہرے رنگ کو سیکنڈری یا ثانوی رنگ کہا جاتا ہے۔

علاقائی رنگ (Local Colour): اپنی طبعی حالت (Physical Composition) کی بنا پر کسی شے کو اختیار کردہ رنگ مختلف دکھائی دے سکتا ہے (رنگ کی ظاہری تبدیلی)۔ مثال کے طور پر لال پس منظر میں زرد رنگ کی کٹی چیز نارنجی نظر آسکتی ہے، اسی طرح نیلے پس منظر میں ہری، سیاہ پس منظر میں نورانی سفید پس منظر میں زرد اور دھندلی سی نظر آسکتی ہے۔

انکرومیک کمر اسکیم (Achromatic Colour Scheme): یہ سیاہ اور اس کی مختلف ٹون (عاکسری رنگوں) پر مبنی ہوتی ہے۔

مونوکرومیک کمر اسکیم (Monochromatic Colour Scheme): اس اسکیم میں کسی ایک رنگ کی مختلف ٹون ملوث ہوتی ہیں جیسے گہرا، درمیانہ، ہلکا برا وغیرہ۔

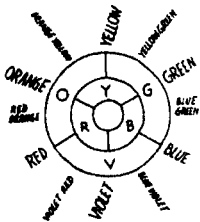
ہائی کی (High Key): ایسی کمر اسکیم کو کہتے ہیں جس میں سوف چمکل شیف (Soft Pastel Shades) کے پس منظر میں تیز چمک دار رنگوں کو استعمال کیا جاتا ہے۔ سوف چمکل شیف کو "لو" کی (low key) تصور کیا جاتا ہے۔

مماثل (ہم آہنگ) کمر اسکیم (Analogous (Harmony) Colour Scheme): اس اسکیم کے تحت کمر و میل پر واقع ملحق رنگوں کو استعمال کیا جاتا ہے اور ای لیے یہ ہم آہنگ دکھائی دیتے ہیں۔

کمر و میل (Colour Wheel)

یہ دائرہ پر واقع رنگوں کی ایسی باقاعدہ ترتیب ہوتی ہے جس کا مقصد رنگوں کے انتخاب اور ان کے آپس پر رشتوں کے کچھ پہلوؤں کا مطالعہ کرنا ہوتا ہے۔ کمر و میل کی تصویر سے یہ واضح ہو جاتا ہے کہ پرائمری اور سیکنڈری

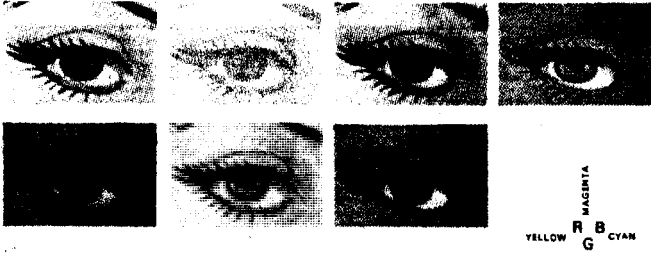
رنگوں سے چار مختلف رنگ بنتے ہیں۔ ان رنگوں کے درمیان ابتدائی رنگوں کی کی بیشی سے رنگوں کے دیگر تغیرات (Variations) بھی حاصل ہوتے ہیں۔ ایک دوسرے کے نزدیک واقع رنگوں کو ہم آہنگ انتخاب (Harmonious Selection) تصور کیا جاتا ہے کیونکہ ان میں کچھ رنگین عناصر مشترک ہوتے ہیں جبکہ ان رنگوں کو ایک دوسرے کا مخالف سمجھا جاتا ہے جو ایک دوسرے سے فطری اعتبار سے (Diametrically) مخالف ہوتے ہیں۔ کیونکہ فطری اعتبار سے مخالف رنگ ابتدائی رنگوں کی پوری رشتگی بحال کرتے نظر آتے ہیں اس لیے انھیں محبتی (Complimentary) رنگ کہا جاتا ہے۔ اس طرح ہر اول اور لال ایک دوسرے کے کا چمکی سیتر ہیں۔ دھوپ سے اپنے نسبت (Association) کی بنا پر زرد، نارنجی اور لال رنگوں کو گرم (Warm Hue) سمجھا جاتا ہے۔ اسی طرح ہرے، نیلے اور اورغوانی (Mauve) رنگوں کو خنڈا رنگ (Cool Hue) تصور کیا جاتا ہے۔ انھیں ہلترتیب طور پر پیش قدمی کرنے والے اور دور نبنے والے رنگ بھی کہا جاتا ہے کیونکہ ایک دوسرے کے برخلاف دوائے سی نظر آتے ہیں۔



رنگوں کی علیحدگی اور تیار

(Colour Separation and Reproduction)

یہ ایک نیم ہوز نظریہ (Young-Helmholtz Theory) "سہ رنگی بصارت" (Three Colour Vision) پر مبنی ہے یعنی یہ کہ ہمارے آنکھ سے سفید روشنی کی مثل میں دیکھتے ہیں۔ دو دراصل تین رنگوں نیلے، ہرے اور لال سے بنی ہوئی ہوتی ہے (ہر ایک رنگ کی شعاعوں کی طول



ابتدائی زرد یا زرد پرنٹر (Yellow Printer) (کنڈہ کاری Engraving) کے ابتدائی تفریقی رنگ (Subtractive Primaries) ہوتے ہیں۔ اسی طرح ہرے قطرے تیز سرخ پرنٹر (Magenta Printer) اور لال قطرے نیلگوں پرنٹر کے حصول میں مدد دیتی ہے۔

مندرجہ بالا تصویر چار پرنٹر یا اینگریوٹک (Engravings) کے سیٹ سے بنائی ہوئی کاپیوں (Impressions) کو دکھاتی ہے (کارنگ مہربانی دکھانے کے لیے شامل کیا گیا ہے)۔ ان کاپیوں میں اصل کے مطابق شبیہ اتارنے کے لیے ترجیح دار نیلگوں، زرد، تیز سرخ اور سیاہ پروسس روشنائیاں استعمال کی گئی ہیں۔ ان کاپیوں (Impression) کو مجموعی طور پر ”پروگریسو پروفوں کا سیٹ“ (A Set of a Progressive Proofs) کہا جاتا ہے۔ کدہ کار انھیں اینگریوٹک کے سیٹ کے ہر لہ پرنٹر کو سوئچ دیتا ہے۔ پروگریسو پروف سے پرنٹر کو بڑی مدد ملتی ہے۔ وہ طباعت کے دوران روشنائی، دباؤ (Pressure) اور رجسٹریشن (Registration) کو کنٹرول کر کے ایسی ہی شبیہ تحقیق کر دیتا ہے۔

اگلے صفحہ پر جو تصویر دکھائی گئی ہے اس میں اس بات کا امکان بھی موجود ہے کہ چار رنگی معیاری طباعت (Standard - 4 Colour Printing) سے رنگوں کا ایک پورے سلسلہ حاصل کر لیا جائے۔

پروسیس ری پروڈکشن (Process Reproduction) کے دوران مندرجہ ذیل خصوصیات کو ملحوظ رکھا جائے گا:

(1) کسی بھی رنگ کی مختلف ٹول قدروں کے حصول کے لیے ہر ایک سمجھ بٹن پرنٹر (Separation Printer) اسکریننگ (Screening) کی

موج (Wave Length) مختلف ہوتی ہے۔ ان تین رنگوں کی روشنی ”ایڈیٹڈ پرائمری (Additive Primaries) کہلاتے ہیں جو ان رنگوں کی جانب سے حساس ہوتے ہیں۔ جب کسی شے سے منعکس ہو کر آنے والی روشنی ان پر آکر پڑتی ہے تو ان میں تحریک شروع ہو جاتی ہے اور یہ نظیری شکل دماغ کو بھیجتے ہیں۔ دماغ میں ای شے کی شبیہ بن جاتی ہے۔ جب ابتدائی رنگوں میں سے کوئی رنگ الگ کر دیا جاتا ہے تو آنکھ کو مندرجہ ذیل انداز میں رنگوں کا اتحاد دکھائی دینے لگتا ہے۔

نِلا + ہِرا = نیلگوں (Cyan) نظر آتا ہے۔

ہِرا + لال = زرد (Yellow) نظر آتا ہے۔

لال + نیلا = تیز سرخ (Magenta) نظر آتا ہے۔

تیز سرخ، زرد، نیلگوں رنگوں کو ”تفریقی ابتدائی رنگ“

(Subtractive Primaries) کہا جاتا ہے۔ ان کے نظیری کیمیف

(Pigments) بھی ہوتے ہیں اور ان کا نام بھی ایسی ہی ہوتا ہے۔ یہ کیمیف

لال، زرد اور نیلے کے نام سے مشہور ہیں۔ جب ابتدائی رنگوں کے ملٹی

کلر (Multi Colours) کو طبعہ کرتا ہو تو ای اصول کو بروئے کار لایا جاتا

ہے (عام طور پر مسلسل ٹون آرٹ)۔ جب کسی روشن ابتدائی رنگ

(Illuminated Original Colour) سے آنے والی روشنی نیلے قطرے ہو

کر گزرتی ہے تو اس سے صرف نئی شعاعیں ہی گزر سکتی ہیں اور فلم (Film)

پر درج ہو کر (سیارہ رنگ کے طور پر) تکلیف بخاڑتی ہیں۔ ہم اسے زرد تکلیف کہتے

ہیں کیونکہ اس تکلیف سے جب باطن بنایا جائے گا تو اس میں نیلا رنگ نہیں ہوگا

بلکہ یہ لال اور نیلے ایڈیٹوز (Additives) رنگا رنگ پائے گا جو نظیری طور پر

(Fountain) میں موجود روشنائی کے رنگ پر ہوتا ہے۔ پرنٹر کے نزدیک ”سیلہ“ بھی ایک رنگ ہے۔ جب آپ سیلہ یا کسی رنگ میں کام کرتا چاہیں تو وہ دونوں باتوں کو ایک رنگ پر خشک سمجھتے ہیں۔ اسی طرح سیلہ اور کسی اور رنگ کی مشترکہ (پر خشک کو دور لگی پر خشک سمجھا جاتا ہے کیونکہ اس کام کے لیے پر خشک مشین پر دو رنگوں کی ضرورت ہوتی ہے۔

— اینڈائن میں دوسرے رنگ میں مطلوب عناصر کو ایک علیحدہ فرے کے طور پر کیڈز کرتا ہوتا ہے اور اس کے لیے مشین پر دوسرے رنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس کے لیے فاؤنٹین میں مطلوبہ شیڈ یا رنگ (Shade or Hue) کی روشنائی بھی بھرتی ہوتی ہے۔

— اسی طرح سرنگی مطاعت کے لیے مشین کے لیے مشین پر تین مختلف رنگ (Runs) دو کار ہوتے ہیں اور ہر رنگ کے لیے ایک مختلف فرے اور مختلف رنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔

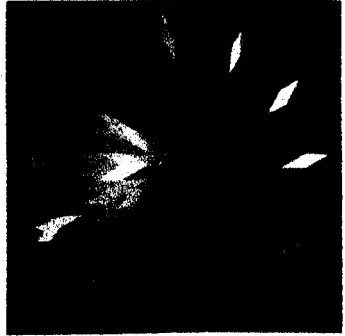
— مذکورہ بالا معاملات میں رنگین علاقے ایک دوسرے کے پہلو در پہلو بھی واقع ہو سکتے ہیں اور ان کے لیے پین پائنت رجسٹر کی ضرورت بھی پڑ سکتی ہے یا پھر گہرے رنگ کو ہلکے رنگ پر طبع کیا جاسکتا ہے (پراپوزڈ) یا بلکیے ”پوری طرح تیار لے آؤٹ (Finished Art-Layout)“۔ اب پر خشک مشین اس انداز سے تیار کی جاتی ہے کہ رجسٹریشن کے معاملہ میں ہم آہنگ نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

ہمارے لیے سب سے زیادہ دلچسپی کا باعث ایک ہی مثیل اور ایک ہی سائز کی ایک ہاف ٹون کی دوسرے ہاف ٹون پر ہونے والی پر خشک ہوتی ہے۔ ایک ہی تصویر کے دونوں اور تقریباً متماثل (Identical) ہاف ٹون کے رنگوں کے گریڈ کو کنٹرول اور بہتر اختلاف (Contrast) پیدا کر کے روشن اور تاریک پہلوؤں کی تفصیل اجاگر کیا جاتا ہے۔ اس قسم کی دو رنگی مطاعت کو ”ڈیوٹون“ (Duotone) کہا جاتا ہے۔ ہلاک بنانے والے (Block Maker) اس مطاعت کو انجام دینے میں مدد کرتے ہیں۔

کثیر رنگی ہاف ٹون پر خشک

(Multicolour Halftone Printing)

تین رنگوں میں پراپوزڈ (Superimposed) ہاف ٹون کے لیے



جانی ہے۔

(2) چار یا کم تعداد والے رنگوں کی مختلف نسل قدریں اس وقت ان چار رنگوں سے مختلف نظر آنے لگتی ہیں جب ضرورت سے زیادہ چھپائی کی جاتی ہے۔ اس کے لیے اسکرین ڈاٹ (Screen Dots) ایک دوسرے کے پہلو پر پہلو رکھے جاتے ہیں اور جہاں بھی وہ ایک دوسرے کو اور لپ (Overlap) کرتے ہیں وہیں، روشنیوں کے شفاف ہونے کے سبب، رنگوں کی آمیزش صاف دکھائی دینے لگتی ہے۔

(3) نسبی کمیتوں (Relative Masses) کی بالکل صحیح ترتیب کے حصول کے لیے پروسیس کیمرا (Process Camera) سے مدد لی جاسکتی ہے۔ دوسرے کو نکالنا تیز (Astigmatise) کر لیا جاتا ہے اور رنگوں کو درست کر لیا جاتا ہے۔

(4) اگر چاروں رنگوں میں آؤٹ لائنیں موجود ہوں تو ان پر لائن آرٹ درک کرنا پڑتا ہے اور اس کام کے لیے پہلے لائن ٹیکلیو بنائے جاتے ہیں اور پھر انھیں ہاف ٹون ٹیکلیو سے حمہ کرتا ہوتا ہے۔

رنگین مطاعت (Colour Printing)

مطاعت کے رنگ کا دارومدار پر خشک پرنٹس کے فاؤنٹین

کرنا چاہیے تاکہ پلٹ کی تبدیلی اور رنگوں کی تبدیلی (Colour Separation) اطمینان سے ہو۔

● کچھ میگزین سیاہ رنگ کے علاوہ صرف منتخب رنگوں کے استعمال کی اجازت دیتے ہیں۔ یہ عام طور پر کوئی ایسا شے ہوتا ہے جو سفید کاغذ پر نہایت عمدہ ایلے اور کچھ میں آجانے والے حروف مرتب کرنے میں مدد دیتا ہے اور سیاہ رنگ میں لائن اور ہلف ٹون کی طور پر خشک (Overprinting) کی ضرورت اجلات دیتا ہے۔ مگر ایسے رنگ کا انتخاب تکلیف دہی کرتا ہے اور وہ ایسا کرتے وقت ایلیٹوریل مولد اور دیگر مشینوں کے معاملات کا دھیان رکھتا ہے۔

● پوسٹروں میں دونوں یعنی ہلف ٹون اور فلیٹ رنگوں (Flat Colours) کا استعمال ہوتا ہے۔ روشنائی کے رنگوں کی پچھلی کی اہمیت ہوتی ہے کیونکہ پوسٹروں کو دھوپ اور مختلف موسموں کی شدت برداشت کرنی ہوتی ہے۔

● بلاواسطہ سیل (Direct Mail) سے ڈیزائنر کو نہ صرف پر خشک کی روشنائیوں اور رنگوں کے انتخاب میں بلکہ رنگین کاغذوں کو استعمال کرنے میں بھی مدد ملتی ہے۔ رنگین کاغذوں پر کی جانے والی طاعت مرئی اثرات (Visual Effect) کو ایک نئی وسعت عطا کرتی ہے۔ سفید کاغذ پر سالڈ کھر کی طاعت کے مقابلہ رنگین کاغذ زیادہ سننے ہوتے ہیں مگر مشہور کو کارخانہ داروں (Manufacturers) کے فراہم کردہ رنگ پر ہی اتکارنا پڑتا ہے۔

تین بنیادی رنگ، زرد، لال اور نیلا استعمال کیے جاتے ہیں کہ نکل چمک دار متفرق رنگوں کا ایک طویل سلسلہ حاصل کرنے کے لیے انھیں پراپیڈ کیا جاتا ہے۔ انکوائیا بھی ہوتا ہے کہ ضرورت کے مطابق زیادہ مگرائی دکھانے کے لیے سیاہ رنگ کو چھ رنگوں کی حیثیت سے طبع کیا جاتا ہے۔ (ملاحظہ کیجیے مونوکرومائیڈ میں ”رنگین کتہہ کاری“۔)

نہ کردہ بالا کام کے لیے خصوصی طور پر تیار کی روشتائیاں استعمال کی جاتی ہیں جن سے اعلیٰ کرو (High Chroma) والے زیادہ سے زیادہ ممکنہ رنگ مل جاتے ہیں۔ ان روشنائیوں کو ”پروسس روشنائیاں“ (Process Inks) کہا جاتا ہے۔

اشہاری ذرائع میں (استعمال ہونے والے) رنگ

(Colour in Advertising Media)

● رنگوں کے استعمال کے معاملہ میں اخبارات سب سے زیادہ حد بندی (Limitation) قائم کرتے ہیں۔ بشکل ہی کوئی رنگین اشہار اخبارات میں شائع ہوتے ہیں حتیٰ کہ حیدر میں بھی رنگین اشہارات شائع نہیں ہوتے۔

● تمام رنگوں میں زیادہ تر اشہارات میگزینوں میں چھپتے ہیں چاہے اس میں پر خشک سے متعلق کوئی پوسیس بھی کیوں نہ استعمال کرنی پڑتی ہو۔ میگزینوں میں اشہار کی شرح میں بھی سب سے زیادہ ہوتی ہیں اور رنگین اشہارات سے میگزینوں کو آمدنی بھی بہت ہوتی ہے۔ رنگین اشہارات کافی عرصہ قبل جن

لے آؤٹ کے اصول (Principles of Layout)

کے تحت پر ٹک (Fulcrum) سے زیادہ قاطع پر پھرنے کے نزدیک پیشے ہونے سونے سے آوی کو مستوازن کر رہا ہو۔

ہر ایک لے آؤٹ کے لیے باقاعدہ توازن چاہیے۔ کسی مستحکم نگارہ کا مظاہرہ یہ کیوں نہ کر رہا ہو بہر حال اس کی یکسانیت آکڑے دینے والی ہوتی ہے۔ حتیٰ کہ ایک نا تجربہ بار بھی اسے جلد سمجھ سکتا ہے۔ بے قاعدہ توازن بہت سی ممکنہ تر تھبات مہیا کر دیتا ہے۔ جب نگاہیں ایک چیز پر سے بکسلتی ہوں کسی کو دوسری شے پر مرکوز ہونے کی کوشش کرتی ہیں تو تمام نگارہ بڑا متحرک ہو جاتا ہے۔ اس میں ہار کی اور ندرت زیادہ ہوتی ہے اور مناظری طور پر اندراجات (Items) کو مستوازن کرنے کا بہتر تجربہ سے ہی سیکھا جاسکتا ہے۔ بے قاعدہ توازن (Informal Balance) دکھا کر ہم چیزوں کو حرکت میں دکھاتے ہیں اور اس سے لے آؤٹ کی خوشنمائی میں بھی اضافہ ہو سکتا ہے جب کہ باقاعدہ توازن سے یہ بات پیدا نہیں ہوتی۔

(2) تناسب (Proportion)

سائز اور وزن (رنگ اور نوعی کثافت) کے مابین واقع نسبت کو تناسب کہا جاتا ہے۔ جب دو عناصر شانہ بشانہ رکھے ہوں تو وہ دیکھنے والے کے ذہن میں لازماً اپنے نامین تناسب کا مشاہدہ کرنے کی حس اجاگر کر دیتے ہیں۔ ایک عنصر کی چوڑائی اور گہرائی اور اس کے حصے آپس میں اور دیگر عناصر کی چوڑائی اور گہرائی اور اشتہار کی لمبائی چوڑائی (پورے سائز) سے تعلق رکھتے ہیں۔ ان سب باتوں کو دھیان میں رکھا جاتا ہے۔ ان تمام عناصر کے درمیان جگہ بھی اہم کردار ادا کرتی ہے۔ (دیکھیے A)۔

کچھ موقعوں پر اس بات کی اہمیت بڑھ جاتی ہے کہ ایک جالی بیکانی سائز والی شے کو استعمال کر کے کسی دوسری ایسی شے کی جسامت دکھائی جائے جس کی ایسی وضع قطع ہی گہر لوگوں ہو۔ جیسے ایک چھوٹا سا زارہ بھی خوردین سے دیکھنے پر پہلا نظر اٹکاتا ہے۔ جگہ کو دو یا چار مساوی حصوں میں تقسیم کرنے سے اجتناب کیا جاتا ہے۔ سہرے لمبوترے (Golden Oblong) یعنی 3:5 کو فوریّت دی جاتی ہے کیونکہ یہ دیکھنے پر زیادہ جوش آفریں لگتا ہے۔

لے آؤٹ میں استعمال ہونے والے عناصر اور اجزا اپنا ان کے بنیادی اصول کے مطابق ہوتے ہیں تاکہ ان میں مناسب ترتیب اور درستی پائی جائے۔ مگر ایک لے آؤٹ (Graphic Layout) کے لیے یہ اصول ایسے ہی ہوتے ہیں جیسے نثر کے لیے کلام کے اصول۔

ان (اصولوں) کی تعداد اس بات پر منحصر ہوتی ہے کہ آپ کس قسم کے الفاظ / کلمات استعمال کرتے ہیں۔ مندرجہ ذیل اصول کافی حد تک آفاقی طور پر تسلیم شدہ ہے۔

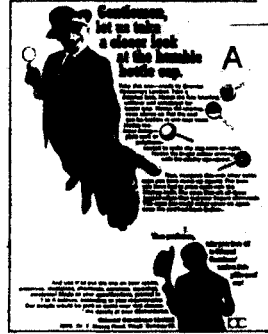
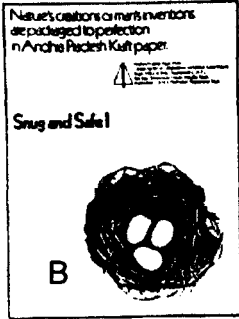
اپنے مقاصد کے حصول آدری کے لیے ہم جن اصولوں کو بردے کار لائے ہیں ان کا تعلق دو جہتی (Two Dimensional) علاقہ سے ہے جسے ہم کھلی جگہ یا کھلی جگہ (Space) بھی کہتے ہیں۔

(1) توازن (Balance)

لے آؤٹ میں موجود عناصر کے درمیان توازن موجود ہونا چاہیے۔ مختلف عناصر میں ان کے سائز اور نوعی کثافتوں (Tonal Densities) (قدروں) کی مناسبت سے ہی اوزان (Weights) بھی ہونے چاہئیں یعنی کثافت کے اعتبار سے اہمیت بھی ہونی چاہیے۔

لے آؤٹ کے فریم ورک (حدود) کے اندر یہ اوزان ایک دوسرے کے متوازن ہونے چاہئیں یعنی ایک عنصر کا دوسرے عنصر پر اتنا بڑا نہ ہونا چاہیے کہ وہ فریم ورک میں ماند پڑ جائے یا جس کی وجہ سے باؤنڈری توڑنے کی ضرورت پیش آجائے۔ عناصر کو چاہیے کہ وہ اشتہار کو سکون کی حالت میں رہنے دیں۔ تاہم تمام عناصر کافی جاندار ہونے چاہئیں۔

توازن باقاعدہ (تفصیل) بھی ہو سکتے ہیں اور بے قاعدہ (غیر تفصیل) بھی۔ باقاعدہ توازن پیدا کرنے کے لیے اشتہار (Advertisement) کے نصف بائیں جانب واقع عناصر کے سائز، شکل و صورت (وضع قطع) اور وزن کو نصف دائیں جانب میں دہراتا ہوتا ہے جیسے تاج محل کو مثل کے طور پیش کیا جاسکتا ہے۔ بے قاعدہ نوعیت کے توازن میں اوزان مناظری طور پر توازن میں ہوتے ہیں مگر طبعی طور پر توازن میں نہیں ہوتے۔ بالکل ایسے ہی سمجھ لیجیے جیسے ایک بچہ ”سی سا“ (See-saw)



کسی بھی جگہ میں مختلف عناصر کی جڑوں میں تبدیلی کے کے عمودی یا افقی زور احساس پیدا کیا جاسکتا ہے۔

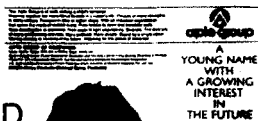
(3) ترتیب / تاز (Sequence/ Rythm)

کسی کہانی کو ابتداء سے عروج تک بھی بیان کیا جاسکتا ہے اور اس طرح بھی بیان کیا جاسکتا ہے کہ پہلے عروج بیان کر دیا جائے، پھر مختلف واقعات بیان کیے جائیں۔ چاہے ایسے ہو یا بے بہر حال اس میں ایک ترتیب ضرور ہوتی ہے۔ اسی طرح لے آؤت میں بھی ترتیب برقرار رکھنا نہایت ضروری ہے کیونکہ ہم ممکنہ قلیل عرصہ میں اپنے پیغام کی ترسیل چاہتے ہیں۔

اس مقصد کے حصول کے لیے عناصر کو آنکھ کی حرکت کے عمودی خط کے ساتھ مرکوز کیا جاسکتا ہے جیسے سب سے اوپر بائیں جانب، سب سے اوپر دائیں جانب، نیچے بائیں طرف، نیچے دائیں طرف (سہیل / سہیل)۔ یہ انداز آنکھ سے والی کیسائیٹ والا بھی ہو سکتا ہے۔ اسی لیے ڈیزائنز ایک قاری کی رہنمائی اس انداز میں کر سکتا ہے کہ اس (قاری) کی نگاہیں بے مقصد لومر اور مرنہ بھٹکے پائے اور وہ ایک متعینہ رول پر گامزن رہے۔ اس سلسلہ میں وہ مندرجہ ذیل حقائق سے استفادہ کر سکتا ہے:

- چھوٹے اور بڑے عناصر کے مقابلہ بڑے اور کثیف تر عناصر اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کر لیتے ہیں (دیکھیے B)۔

- کسی مجوزہ رول پر چلتے چلتے گاہیں جس جگہ سے حسرت لگاتی ہوں وہاں ایک لطیف سی ترتیب، مفلوط تیر دیوں کے نشانات کے مقابلہ ڈیزائنز



غیر حقیقی بھی۔ غیر حقیقی محور زیادہ مستقیم ہوتے ہیں۔ ڈیزائنز کو کاروائی کرنے کے زیادہ مواقع فراہم کرتے ہیں۔ دراصل اگر دو یا دو سے زیادہ عناصر ایک ہی محور استعمال کریں تو اس سے لازمی طور پر اتھوریڈ مشق قائم ہو جاتا ہے۔

- ایسا محسوس ہوتا ہے کہ آکھ بھی کسی مکمل جگہ میں واقع تین چیزوں کو منسلک کر کے ان میں ایک رشتہ قائم کر سکتے ہیں۔ ڈیزائنز اس ترتیب سے مجبوراً استفادہ کرتے ہوئے پیغام کو تین اکائیوں یا جھانچوں میں تقسیم کر دیتا ہے (دیکھیے D)۔

(S) کنٹراسٹ (درد احساس) Contrast (Emphasis)

یہ بہت اہم ہے کہ کسی ایک عنصر کس جگہ ہے یہ عنوان ہو یا خاص نشان (Signature) یا کاپی یا پمپلے یا ان کا ایک حصہ ہی کیوں نہ ہو۔ مجبوراً انداز میں اثر انداز ہونے دیا جائے اور باقی عناصر کو ڈبیلی کر دیا اور انہیں دے دیے جائیں۔ ایک مرتبہ اگر قارئین کا درجہ (Attitude) معلوم ہو جائے تو پھر اس سے قارئین تک پیغام رسائی تیر بجھف انداز میں کرنے میں مدد ملتی ہے۔

کے لیے زیادہ امکانات پیدا کر دیتی ہے (دیکھیے C)۔

- اسی طرح میٹر نما ترتیب کے ساتھ ساتھ ہماری کی رہنمائی کرنا ایک اور پسندیدہ طریقہ ہے۔

(4) اتحاد (ہم آہنگی) Unity (Harmony)

اس سے یہ مراد ہے کہ لے آؤٹ کے عناصر ایک دوسرے سے رچا رکھتے ہیں۔ ایسا نہیں کہ انھیں ایک دوسرے سے کوئی سردکاری نہ ہو۔ متحد ہو کر یہ وہ ایک ہم آہنگ اکائی تشکیل دیتے ہیں۔ ہم آہنگی کے حصول کے لیے مختلف عناصر میں چند مشترکہ باتیں موجود ہونی چاہئیں جیسے وضع قطع، سائز، ہفت، رنگ، موڈ وغیرہ۔

مندرجہ ذیل ترکیب پر عمل کر کے انھیں ایک دوسرے سے جدا نہیں ہونے دیا جاتا:

- تمام اطراف میں پورنا دینے یا کافی سفید جگہ تشکیل دینے سے کسی بھی حصہ کو باقی دیگر حصوں سے جدا نہیں ہونے دیا جاسکتا ہے۔
- عناصر کو متحد رکھنے کی سب سے زبردست ترکیب، محور (Axis) تشکیل دینا ہوتا ہے۔ ایک سے زیادہ محور بھی ہو سکتے ہیں — حقیقی بھی اور

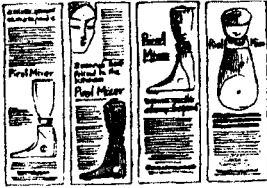
لے آؤٹ، قدم بہ قدم (Layout, Step by Step)

لے آؤٹ (Layout)

جانے والے رنگ و فیرہ کے بارے میں یقین مکمل منصوبہ بندی کے بارے میں پوری معلومات ہوتی ہے۔ ایک عمدہ لے آؤٹ کی جانچ اس طرح ہو جاتی ہے کہ اگر اس میں سے ایک عنصر بھی کم ہو جائے تو لے آؤٹ کا توازن، تناسب، استحکام اور جادو غیرہ بگڑ جاتا ہے۔

(1) قصب مثل (Thumbnails)

کسی بھی لے آؤٹ ایسائنمنٹ (Layout Assignment) کے لیے چھوٹے سائز کے اسکیچوں (Sketches) ہوتے ہیں۔ یہ لے آؤٹ بنانے کی سب سے پہلی اسٹیج ہوتی ہے جسے عموماً سفید کاغذ پر قلم، پینسل، ہال پوائنٹ، فیلٹ مارکر (Felt Marker) یا کسی بھی ڈرائنگ ٹائٹلے والی چیز سے بنایا جاتا ہے۔



یہاں جو تصویر دکھائی گئی ہیں ان میں مشورہ کے مطابق اصلاحات کی جاسکتی ہیں۔ اس میں ایک ہی سائز کی ریف تصاویر نیم شفاف پیپر پر بنائی گئی ہیں۔ اس طرح بہتر فیصلہ کرنے میں آسانی ہو جاتی ہے اور غلطیاں ہونے کے امکانات نسبتاً کم ہو جاتے ہیں۔

مقصد

• ریف لے آؤٹ کو گالپ کے سامنے رکھا جاتا ہے تاکہ وہ اس کے مرئی پیغام اور مجموعی عناصر سے مرتب ہونے والے پیغام کو محسوس کر سکے۔

لے آؤٹ تیار کرنے کا مطلب ہوتا ہے دی ہوئی جگہ میں بصری پیغام کے اجزائے ترکیبی کو مرتب کرنا۔ انسانی ذہن میں اس ترتیب کے لیے مختلف تصورات عقلی کے کونڈے کی مانند آتے جاتے رہتے ہیں مگر انہیں پیش کرنے کے لیے کاغذ پر مرتب کرنے کے سلسلہ میں، باقاعدہ نوعیت کے مختلف مراحل سے گزرنا پڑتا ہے اور اس بات کا مطالعہ کر لینے کے بعد یہ بات آپ پر واضح ہو جائے گی۔ ہر اسٹیج یا مرحلہ کا کچھ نہ کچھ مقصد ہوتا ہے۔ لے آؤٹ ڈیزائنر ایک چھوٹے سے محدود دائرہ میں کام کرتے ہیں مگر اس کے باوجود بھی ان کے سامنے تخلیقی انجام دینے کے ہر پور مواقع موجود ہوتے ہیں۔

انجینیئری اسٹوڈیو میں کام کو تخلیقی کام اور میکانیکی کام کے ماہرین کے مابین تقسیم کر دیا جاتا ہے۔

لے آؤٹ ہی کیوں؟

(1) یہ ایسے حلقہ عناصر کے آپسی رشتہ کو دکھانے والے تصور کا طبیعتی اظہار ہوتا ہے جو اشتہار کے پورے پیغام کو تشکیل دیتے ہیں۔ تخلیق نگاروں کے پاس مواقع ہوتے ہیں کہ وہ اپنے کالوں کو پیش کرنے سے قبل اسے اور بہتر بنا سکیں۔

(2) گالپ کے لیے شہر کی کوئی عجائبات نہیں رہ جاتی۔ عمدہ ری پریڈکشن کے لیے صرف تکنیکی اصلاحی کی محتاج رہ جاتی ہے۔

(3) اسٹوڈیو کے پاس، پوری طرح تکمیل شدہ (Finished) آرٹ ورک کے مختلف اجزائے ترکیبی کی کاپی (تحریری مواد) اور تصویروں کو جمع کرنے کے لیے ایک واضح منصوبہ بندی موجود ہوتی ہے۔

(4) چھاپنے والے کے پاس ایک بصری گائیڈ لائن (Visual

Guidelines) ہوتی ہے جس میں ٹائپ سیٹنگ (Typesetting)

حروف سازی (Lettering)، تصویروں کو چھاپنے کے سائز، تصاویر کے سلسلہ میں کنڈہ کار کے لیے خصوصی ہدایات، مختلف معلومات پر استعمال کیے

(2) رف لے آؤٹ (Rough Layout)

یہ رف ڈیزائن مرئی (Visuals) ہوتے ہیں تاکہ ایڈیٹر/ڈیزائنر ایکشن اور گاہک مجموعی اشتہاری منصوبہ بندی پر گفت و شنید کر سکیں۔
کچھ عناصر کو صرف سائز اور وضع قطع (Shape) کا خیال دلانے والے ہی ہوتے ہیں۔



متعدد

- اس احساس کا تصور کرنا کہ آخری مطلوبہ پیغام کس شکل کا ہوگا۔
- بہت زیادہ وقت اور رقم خرچ نہیں ہونا چاہئیں کیونکہ کبھی ایسا نہ ہو کہ گاہک اسے پسند ہی نہ کرے۔ اس بات کا قیاس کر لیا جائے کہ تحقیق کاروں کی جماعت اس اعتبار سے مطمئن ہے۔
- اس بات کا مستحکم منصوبہ بنالینا کہ مجوزہ اشتہاری مہم کی خوبیوں اور خاصوں پر گاہک سے کس طرح گفت و شنید کی جائے۔

ڈیزائنر کو کن باتوں کا خیال رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چمپائی ہوئی ہے اور جس قسم کا فنڈ استعمال کیا جاتا ہے۔
- ☆ سائز تقصیلات کے مطابق ہو۔
- ☆ ترتیب عمدہ طور پر مقررہ ہو اور اس میں سے کوئی اندراج (Item) بھی غائب نہ ہونے پائے۔
- ☆ حروف سازی (Lettering) سے سائز، اشاکل اور وزن کا قیاس لگایا جاسکے ہو۔ اصل عبارت کے لیے استعمال کیے جانے والے صحیح الفاظ، صرفی طے شدہ صاف صاف ٹائپ کر اگر فراہم کر دی گئی ہو۔

- لے آؤٹ کے اصولوں کے مطابق ایک ہی پروڈکٹ کے مختلف نمونہ مل پیش کیے جاتے ہیں اور ان میں سے کوئی ایک پسند کر لیا جاتا ہے۔
- پسند و قبول کر کے اگلے مرحلہ کے لیے رف لے آؤٹ بنانا۔

رد عمل (Reaction)

- جو قصب نکل سب سے بہتر انداز میں ترتیب دینے کا کام انجام دیتی ہے صرف وہی منتخب کی جاتی ہے۔ یہ ضروری نہیں کہ ڈیزائنر جس قصب نکل کو نوقت دیتا ہے وہی منتخب (بھی) کر لی جائے۔
- یہ قصب نکل وہ ہوتی ہے جو سب سے بہتر دکھائی دے، جسے دیکر گاہک جلد سمجھ میں آجائے، جس میں بہتر تصور فروخت اور منفعت پیش خیال

درجہ ہو۔

- یہ غیر معمولی طور پر نہ فریب اور عیاری سے پر نہیں ہونی چاہیے کیونکہ ایسے لے آؤٹ سے اسرار الجھن پیدا ہوتی ہے۔
- اس مرحلہ پر ڈیزائنر اپنے طور پر آزادانہ قصب نکل انتخاب کرتا ہے۔

ڈیزائنر کو کن باتوں کا خیال رکھنا چاہیے؟

- ☆ قصب نکل رقبہ کا سائز مومنہ طور پر لے آؤٹ ایس کے تناسب میں ہونا چاہیے۔
- ☆ اس میں دکھائے جانے والے تمام عناصر اسی تناسب سے چھوٹے کر کے دکھائے جانے چاہئیں۔
- ☆ اسے تیزی سے کام کرنا چاہیے، اور کام کرنے کا یہ رفتار اس کے ذہن میں پیدا ہونے والے متنوع ترتیب کی رول میں حائل نہیں ہونا چاہیے۔
- ☆ ان اجزاء کی تقصیلات کم اہم ہیں۔ ان کا سائز، وضع قطع اور وزن کسی خاص نتیجہ پر پہنچنے کے لیے زیادہ اہم ہیں۔

حریر کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- ☆ تصوراتی نقشہ (Visualiser) یا آرکٹائزر (Arctizer) جو عناصر کی سائز بندی کا کام شروع کرتا ہو اور انھیں مطلوبہ جگہ میں رکھتا ہو۔

سبب جو گاہک، دف لے آؤٹ کی طرف متوجہ نہیں ہو پاتے اب ہم اس کے سامنے مفصل لے آؤٹ رکھتے ہیں جس میں اس کے سامنے تمام تفصیلات موجود ہوتی ہیں اور اب یہ لے آؤٹ اس کی سمجھ میں آ جانی چاہیے۔

مقصد (Aim)

- فاضل آؤٹ ورک پر رقم اور وقت خرچ کیے بغیر ایڈورٹائزمنٹ کی شکل، صورت کا اندازہ لگانا۔
- اگر بہت زیادہ املاحات نہ کی جائیں تو کام کو بے کار نہ جانے دینا۔
- گاہک کی منظوری حاصل کرنے کے لیے پرائمر اور غیر مبہم پیش کش کی تیاری۔

رد عمل

- گاہک لے آؤٹ کو اپنی منظوری دے سکتا ہے۔
- وہ کچھ مشورے اور تجاویز پیش کر سکتا ہے اور پھر ایجنسی کے ماہرین کے بہرہ در کے کام جاری رکھنے کو کہہ سکتا ہے۔
- اس سلسلے میں کچھ ایسے مشورے بھی دیے جاسکتے ہیں جن کی رو سے لے آؤٹ کے کچھ حصوں کو داسر نوٹانے کی نوبت آجائے اور یا پھر یہ بھی ہو سکتا ہے کہ لے آؤٹ کو یک سر مسترد ہی کر دیا جائے۔
- وہ ڈیزائن کی بنیادی پیش کش (Basic Approach)، موضوعاتی تصور (Thematic Concept) کو بھی مسترد کر سکتا ہے جس کا مطلب ہے کہ اب تک جو بھی کام ہوا اور اینگن چلا گیا۔ حریف کی اشتہاری مہم یا سماجی سیاسی مواقع کے تحت کبھی کبھی ایسا کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

ڈیزائنز کو کن باتوں کا لحاظ رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چھپائی ہوتی ہے اور جس کا قفہ پر ہوتی ہے، اس کا لحاظ رکھے۔
- ☆ فراہم کردہ تفصیلات کے مطابق ہو۔
- ☆ ترتیب (لے آؤٹ) تقریباً مکمل ہو اور اس میں بمشکل تمام ہی کوئی ایسا عنصر باقی رہ جائے جس پر دھیان نہ دیا گیا ہو۔
- ☆ سرخی اور کاپی کو ٹائپ سیٹ کرانے کے بعد صحیح مقام پر چسپاں کر دیا گیا ہو۔
- ☆ تصاویر / تھیلیات اگر ہاتھ سے تیار کی جاتی ہوں تو تقریباً مکمل کرنی

☆ تھیلی یا تصویر (Illustration) سے مضمون اور تکنیک کا قیاس لگایا جاسکے یعنی یہ ہاتھ سے بنائی ہوئی ہو، فوٹو گراف ہو جو آؤٹ کھر سے یا وڈ کٹ (Wood Cut) وغیرہ سے بنی ہو۔

☆ مجموعی مواد کا قیاس زیادہ دیکر ہوتا ہے۔

☆ اگر تھیلی طہات کی جاتی ہو تو کھر اسیم دکھا دی جائے۔

حریف کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- آرٹ ڈائریکٹر، کاپی رائٹر، تحقیقی ڈیزائنر اور ایجنسی کا اکاؤنٹ ایگزیکٹو (Account Executive)۔ ایک مرتبہ یہ منظوری دے دیں تو پھر اسے گاہک کے سامنے پیش کر دیا جاتا ہے۔
- گاہک کی جانب سے چیئر مین، منیجر ڈائریکٹر، پی۔ او۔ آر (PRO) اور ایڈورٹائزنگ منیجر بھی ذمہ دار ہوں۔

(3) جامع لے آؤٹ (Comprehensive Layout)



یہ عمدہ طور پر تیار شدہ دف لے آؤٹ (Rough Layouts) ہوتی ہیں۔ اس سے کہنے کے مواقع اور قدر دانی میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ تفصیلات بیان کرنے پر زیادہ سرمایہ اور وقت صرف ہو چکا ہوتا ہے۔ تمام عناصر یعنی ہیڈ لائن (Headline)، بڈی کاپی (Body Copy)، تھیلیات (Illustrations)، خاص پیمان (Signature) بہت واضح اور سمجھ میں آجائے والے ہوتے ہیں اور نہ صرف بالاحصہ کے ڈیزائن اسٹائل بھی سمجھ میں آجائے ہیں۔ کچھ بھی سوچنا سمجھنا پڑتا نہیں رہ جاتا۔ تفصیلات کی کمی کے

رد عمل

- وہی رد عمل ہو سکتا ہے جو رفلے آؤٹ میں بتایا گیا ہے۔ تاہم اگر مکمل کام کو منظوری مل جاتی ہے تو وقت کی بچت ہو جائے گی کیونکہ کام کا ایک حصہ پہلے تکمیل دیا جاتا ہے۔
- اگر منظوری نہ ملی تو رفلے آؤٹ کے مقابلہ نقصان بھی زیادہ ہوگا۔

ڈیزائنز کو کن ہالوں کا لحاظ رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طرح سے چھپائی ہوئی ہے اور جس کاغذ پر ہوتی ہے اس کا لحاظ رکھے۔
- ☆ اصل عمارت اور تصاویر میں اصلاح کرنے کے ضمن میں مشورے حاصل کر کے حسبِ خواص اصلاحات کرنی چاہئیں اور حسبِ ضرورت منظوری حاصل کرنی چاہیے۔

☆ ڈیزائن کی ضروریات کے مطابق عنوان ہاتھ سے لکھا جاتا ہے یا ٹائپ سیٹ کے ذریعہ لکھا جاتا ہے اور پرچمک پروسیس کے مطابق کام کی نوک چمک درست کرنی چاہیے یا نہیں۔

☆ چھپائی کی ضروریات اور ڈیزائن سے متعلقہ تفصیلات کے مطابق تمام تصاویر / تصنیلات کی مناسب انداز میں نوک چمک درست کرنی چاہیے۔

☆ اس بات کا بھی دھیان رکھے کہ پرنٹ میڈیم سے حاصل ہونے والے ٹرف کارڈ (Tariff Card) کی مطلوبہ تفصیلات جیسے کاغذ کے سائز سے مطابق اسکرین کی تیاری پر عمل آوری ہو گئی ہو۔

مزید کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- آرٹ کی کوالٹی کی تھمبائی کرنے والا آرٹ ڈائریکٹر۔
- ذرائع ابلاغ کی تفصیلات کی جانچ کرنے والے پروڈکشن مینیجر اور میڈیا مینیجر۔

گئی ہوں۔ اگر فوٹو گراف تیار کرنا ہو تو اصل سے یا اصل ماڈل کے فوٹو گرافس بھیج کر اور ان کے پروڈاکٹر پرنٹ نکلو کر صحیح مقامات پر چسپان کر دیے گئے ہوں۔

☆ کہیں ایسا تو نہیں کہ چسپان کرنے کا نشان رو گیا ہو جو بعد میں بھی دکھائی دیتا رہے اور اس طرح اس سے پریکٹیکل اٹھائی پڑے۔ گاہک کو دکھانے کے لیے ایک صاف پروڈاکٹر تیار کر دیا گیا ہو۔

مزید کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- رفلے آؤٹ والے مرحلہ پر فیصلہ کرنے والے لوگ ہی یہاں بھی فیصلہ کرتے ہیں۔

(4) آرٹ ورک (Art Work)

ذرائع ابلاغ کو بھیجے کے لیے پیغام کی تیاری کی یہ آخری شکل

ہوتی ہے۔ یعنی

— پر نثر چاہے کسی نیوز میڈیا یا ایجنسی کے لیے کام کرنا ہو۔

— پینٹر آؤٹ ڈور بورڈنگ (Outdoor Hoardings)، مختل کیے جانے والے نمائش (Mobile Display) وغیرہ کی صورت میں۔

مقررہ

• اس بات کا اندازہ لگانا کہ جب یہ پیغام (اشتہار) مختلف ذرائع ابلاغ کو چھپانے کے لیے بھیجا جائے تو اس کی چھپائی عمدہ ہو۔

• اشکال / تصنیلات عمدہ طور پر معرض ہوں جس میں سائے دار حصہ میں تفصیلات دکھانے کے علاوہ اہم حصوں کو واضح طور پر دکھایا جائے۔

• الفاظ واضح، پورے، جلی اور اس انداز میں چھپ جائیں کہ یہ آسانی پڑھے جائیں۔

• اگر تکنیک چھپائی کر دانی ہو تو کلر اسکیم کے ہدایات کے مطابق اور ممکنہ حد تک اصل شے کے مطابق ہو جائے۔

پوری طرح تیار لے آؤٹ (Finished Art - Layout)

پیدا ہو جاتی ہے۔

(2) تصاویر اور تصانیلات (Illustrations): یہ فوٹو گرافس بھی ہو سکتی ہیں اور ہاتھ سے بنائی ہوئی بھی۔ فوٹو گرافر کے پاس منتخب کرنے کے لیے کمبروں کے مختلف بلاٹوں کے آلات موجود ہوتے ہیں۔ ان کمبروں سے مختلف قسم کے عکسے منسلک رہتے ہیں (کلوز اپ (Close Up)، وائڈ اینگل (Wide Angle)، فیش آئی (Fish Eye) وغیرہ)۔ اس کے علاوہ مختلف قسم کے فلٹر (Filters) اور لمٹارز (Enlargers) وغیرہ بھی ہوتے ہیں۔ اسٹیج اور ایکٹروں کا بندوبست — بلاٹ اور ٹیک ڈراپ (Models and Backdrops) — کی ذمہ داری آرٹ ڈائریکٹر کی ہوتی ہے۔ جو شاٹ سیدھا اور واضح نظر آتا ہے ہو سکتا ہے کہ وہ بھی اسٹیج پر کی جانے والی ادکاری ہو کیونکہ ایڈورٹائزمنٹ پلان میں اس کا لحاظ رکھا گیا ہے۔ دور لٹلینس کالری (فوٹو گرافک پیپر پرنٹ) یا پھر کلر ٹرانسپیرنسی (Colour Transparency) بھی تیار کر سکتا ہے۔

ٹرانسپیرنسی کا سائز جتنا بڑا ہو تا ہے تصانیلات بھی اتنی ہی واضح ہوتی ہیں۔ اس کے عمومی سائز ہیں۔

35mm, 2 1/4" x 2 1/4", 2 1/4" x 3", 4" x 5", 5" x 7", 8" x 10"
ٹرانسپیرنسی (Transparency) کے ذریعہ تعطلیل (Project) کی جانے والی حیثیات کی چمک دمک کی برابری کا ذخیرہ تیار شدہ کسی بھی ری پروڈکشن سے نہیں کی جاسکتی۔

ٹرانسپیرنسی میں کسی کیونکہ معیاری رنگ استعمال کیے جاتے ہیں اس لیے ری پروڈکشن میں بہت زیادہ دشواریاں نہیں ہوتیں۔ کسی بھی آرٹسٹ کی پلٹ (Palette) میں بہت سے ایسے رنگ بھی موجود ہوتے ہیں جنہیں معیاری پریس انک (Process Inks) سے دوبارہ نہیں بنایا جاسکتا جیسے زمردی ہرا (Emerald Green)، آبی (Indigo)، خالص انڈرا میرین (Pure Ultramarine) وغیرہ۔

کسی پیغام (اشہاد) کے لیے لے آؤٹ سے اخذ کردہ خیال بعض مرتبہ تصانیلات اور الفاظ سے کہیں زیادہ پراثر ثابت ہو تا ہے۔ ایک بار منظور ی مل جائے تو پھر تصانیلات کی جستجو شروع ہو جاتی ہے جو اسے پوسٹس کیمرہ (کنڈہ کاری) کے لیے تیار کر دے۔ کاروائیاں تین خاص انداز کی ہوتی ہیں:

- (a) مختلف عناصر کو تشکیل دینے کے لیے الفاظ اور تصاویر تیار کرانا۔
- (b) کنڈہ کاری اور طباعت کے بہترین نتائج کی برآمدگی کو یقینی بنانے کے لیے حسب ضرورت نوک پیک درست کرنا۔
- (c) منظور شدہ لے آؤٹ کی اسکیم آف پلین سیٹ (Scheme of Placement) کے مطابق، بہت ہو شادری برتتے ہوئے عناصر کو یکجا کرنا۔

الفاظ اور تصانیلات اور تصاویر تیار کرنا

- (1) سرخی (Head Line) اور بڑی کالری (Body Copy): زیادہ تر الفاظ، آرٹ ہیچ پر پی البدیہ (Off Hand) یا بے ساختہ انداز میں ہاتھ سے لکھے ہوئے سیاہ پروف (Proofs) ہوتے ہیں جنہیں کوالٹی ٹائپ سٹروں (Typesetters) سے خرید لیا جاتا ہے۔ (بڑے شہروں میں) کچھ پبلشرس پرنٹ ڈسٹنشن ہوتی ہیں جن کے یہاں بہت طرح کے ٹائپ فیس (Type Faces) دستیاب ہو جاتے ہیں کیونکہ یہاں خاص طور پر یہی کام انجام دیا جاتا ہے۔

کچھ ٹائپ سٹروں کے پاس خصوصی کیمرے ہوتے ہیں جو تحریروں کو کسی بھی زاویہ پر احوال کئے اور کسی بھی شکل میں فوٹو کئے۔ اس کے علاوہ کیمرے تحریر کو چلی یا کھلی بھی کر سکتے ہیں۔

لیٹریج آرٹسٹ اور ماہر ان خطاطی حروف کو لکھتی ہی وضع قطع عطا کر دیتے ہیں کہ وہ صرف حروف ہی نہیں رہے بلکہ ان میں زیادہ معنویت

ہو جاتی ہیں۔ اسے کبھی بھی چھوڑنا نہیں جایا جاتا۔

پیشک (Finishing)

اس سے مراد ہے آرٹ ورک، ٹنکی کاپی (Reflection Copy)

یا شفافیت (Transparency) میں پائے جانے والے نقائص کا دھیان رکھنا کیونکہ اگر ان کیوں کو دور نہ کیا جائے تو پر شک سے گوار نتائج برآمد ہوتے ہیں۔

(1) کچھ نقائص تو صاف نظر آ جاتے ہیں جیسے شکست کنارے (Ragged Edges)، ٹوٹے پھوٹے جوڑے (Broken Joints)، الفاظ اور لائن ڈرائنگوں میں غیر یکساں بلیک ٹون، مسلسل ٹون آرٹ میں داغ، دھبے، دھندلاہٹ، خراشیں وغیرہ۔

(2) سیلہ وسفید مسلسل ٹون آرٹ میں نوعی قدریں اس قسم کی ہوں کہ وہ پروسیس کیرہ کے ذریعہ فلم پر مرتب ہو جائیں تاکہ کارآمد ہف ٹون نتائج برآمد ہوں۔ اسی لیے کیرہ ریڈی کاپی (Camera Ready Copy) کی اصطلاح استعمال کی جاتی ہے۔ آرٹ ورک میں کتنا ہی کم سے کم کام کیوں نہ کیا جائے بہر حال ٹون میں اصلاح کرنے کے لیے جب چاہیںز دھانت (Chinese White) میں کاجل (Lamp Black) ملا کر کام کیا جاتا ہے تو سب سے بہتر نتائج برآمد ہوتے ہیں۔

(3) اس کے بعد ان ہف ٹون کا نمبر آتا ہے جو نوٹوراکھ پیپر پر بالکل ٹیکٹھاک دکھائی دیتے ہیں مگر آف دھانت کاغذ (Off White Paper) پر ان کی شبیہ اتارنے پر (On Reproduction) نتائج اچھے برآمد نہیں ہوتے جس پر طاعت ہوتی ہے۔ نوعی قدروں میں اصلاح کرنے کی ضرورت درجیش ہوتی ہے۔ اس لیے کاغذ اور پر شک پروسیس دونوں ہی اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔

(4) صرف سبیل میجر برش (Sable Hair Brush) استعمال کرنے کے بجائے نوٹورافس اور مشین ڈرائنگ ٹون کی مدد بھی قدر (Gradation) میں نوک پلک درست کرنے کے لیے ایئر برش پر زیادہ انحصار کرنا پڑتا ہے۔

جہاں بہت ہی فاضل نتائج (Critical Results) مطلوب ہوں وہاں مشورہ دیا جاسکتا ہے کہ شفافیت (Transparency) میں ٹاکسٹری پلانہ (Grey Scale) شامل کر لیا جائے تاکہ رنگوں کی ٹیڈرگی (Colour Separation) کے وقت مجموعی تبدیلی رنگ (Colour Shift) کے ضمن میں یہ کبھی نہ کسی حد تک رہنمائی کر سکے۔

آؤٹ آف فوکس (Out of Focus)، آرٹ، آؤٹ آف فوکس طاعت (Impression) کی طرح تیار (Reproduce) کر کے کی۔ پروسیسنگ کے دوران کندہ کار فوکس کی کو اپنی کو نہیں سنوار سکتا۔

(3) آرٹ اپنی پسند سے مختلف میڈیم اور مختلف ہفتوں (Textures) اور رنگوں کے کاغذوں کا انتخاب کر سکتا ہے (دیکھیے "مسلسل ٹون (ہف ٹون) جمیلاٹ"۔) نہ گورہ بلادونوں ہفتوں کے علاوہ اپنی طاعت اور مہارت کو استعمال کر کے وہ کسی مخصوص قسم کے تاثرات (ٹیکٹکس) پیدا کر سکتا ہے۔ اس طرح بہت سے حقیقی نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔

(4) اگر کوئی آرٹ ایک سے زیادہ رنگ والے باب (Job) کے لیے رنگوں کی ٹیڈرگی (Colour Separation) خود کرے تو رہنریشن کے لیے ہوشیاری سے اس کی جانچ کر لینی چاہیے۔

(5) گوارٹر ٹون (Quartertone) (دیکھیے "کلی طرح کی لائن جمیلاٹ"، "گوارٹر ٹون جمیل" بھی دیکھیے) آرٹ کو اس بات کی اجازت دیتی ہے کہ وہ ہاتھ سے نوک پلک درست کر کے روشن اور تاریک حصوں کی تفصیل پر قابو حاصل کر لے۔ اس بات کا دھیان رکھنا چاہیے کہ جب کندہ کار (Engraver) کے پاس پہنچ کر آرٹ ورک کا سائز چھوٹا ہو جائے تو بھی گوارٹر ٹون کی اسکرین قدر (Screen Value) قابل طاعت رہے۔

(6) ہر ایک حرف ساز (Letterer) اور جمیل نگار (Illustrator) آرٹ ڈائریکٹری کی ہدایات پر عمل کرنے کی مجبور و کشش کرتا ہے۔

(7) انکڑا ہوتا ہے کہ آرٹ ورک نسبتاً بڑا بنایا جاتا ہے۔ جب اسے چھوٹا بنا کر کے کندہ کاری (Engraving) کی جاتی ہے تو اس کی تفصیلات نمایاں

اگر کندہ کاری، کندہ کار کے کم سے کم شرح سے بھی کم بیچہ رہی ہوں تو کفایت اس بات میں نظر آتی ہے کہ تشبیہات کے ساتھ کچھ اور بھی نسخی کر دیا جائے بشرطیکہ تشبیہات بھی بروسیں کمرہ سے اسی حد تک تخفیف کرنے کے لیے تیار کی گئی ہوں (جس حد تک نسخی کی جانے والی شے کو کم کرنا ہے)۔ مطلوبہ بلاؤنٹنگ (Mounting) کے لیے 10 mm کا حاشیہ چھوڑنا ضروری ہوتا ہے۔ الگ سے کی جانے والی بلاؤنٹنگ کی فیس کچھ زیادہ نہیں ہوتی۔

بلاک بنانے والے کو جو ہدایات دی جائیں وہ مختصر اور جانت، کچھ میں آنے والی اور مکمل ہوں۔ اس بات کو بہر حال سمجھ لیں کہ آرٹ واک اس انداز میں یکجا کیا جائے جس سے بلاک بنانے والے کو وہ سب کچھ بنانے میں آسانی ہو جو آپ بنانا چاہتے ہیں۔ اصل ہدایات مندرجہ ذیل باتوں پر مبنی ہوتی ہیں:

(i) سازش: جس سازش میں بلاک تیار کرتا ہو۔

(ii) دھات: جس دھات میں بلاک بنواتا ہو۔ جست یا تانبہ۔

(iii) لائن یا ہاف ٹون میں کام ہونا ہے۔ اگر ہاف ٹون میں کام ہوتا ہو تو اسکرین کی وضاحت کر دی جائے۔

مطلوبہ صفحات میں تشبیہات کی کراپنگ (Cropping of Illustration)، صفحات چھوڑے جانے والے حاشیوں، بلینڈ کی مجاش (Bleed Allowance) کے لیے تراشنے کے نشانات وغیرہ کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے۔ اور لے (Overlay) پر کندہ کاری کے لیے ہدایت دے دینی چاہیے جہاں مضمون کسی تصویر سے بہت قریب لکھا ہو وہاں وہ پلاؤ سے اضافی حصہ کو صاف اڑا دے۔ بے ترتیب یا بے ڈول (Irregular) شکل والی تصویر کو چٹنے کے لیے کچھ حد (Boundary) کا ہونا ضروری ہوتا ہے۔ فوٹو گرافس اور شفافوں (Transparencies) کو کندہ کاری میں مطلوبہ رقبہ کے لیے نقاب (Mask) سے ڈھک دینا چاہیے۔

(5) گیلری آرٹسٹ (جو شیعہ نگاری (Rendering) کی خود ردی (Spontaneity) میں بیٹھ رہتا ہے) کے برعکس گراپک ڈیزائنر یہ یقین دہانی کراتا ہے کہ آرٹ (ورک) کی شیعہ عمدہ اترے گی۔ یعنی اس طرح وہ ایک باہر آرٹسٹ کا کردار ادا کرتا ہے۔

(6) کندہ کار (Engraver) سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ وہ رنگوں کی اور ٹولی قدروں کو تبدیل کر دے گا یا دیگر فائنس دور کر دے گا۔ اس کا کام محض ایسے بلاکس (Blocks) تیار کرنا ہوتا ہے جن سے اصل آرٹ (Original Art) کے مطابق کاپیاں تیار ہو جائیں۔ وہ گراپک کو سپاٹ نتائج (Flat Results) سے مطلع کر سکتا ہے۔ اب آرٹ ورک میں مناسب اصلاحات کرنے کی ذمہ داری گراپک کی ہوتی ہے۔ تجربہ کار آرٹ ڈائریکٹر ان مناسب تلاش کے بارے میں جانچی کر لیتے ہیں۔

یکجائی (پسٹ اپ) (Assembly (Paste-up))

پوری طرح تیار آرٹ (Finished Art) کو ایک تختہ بورڈ پر چسپاں کر کے اس پر ایک شفاف پوشش (Transparent Overlay) لگا دی جاتی ہے جس پر کندہ کار کو ہدایت دی جاتی ہیں۔ خلاف کے طور پر سونے کا تختہ کی ایک پوشش اور ہوتی ہے جس کا مقصد حفاظت اور جاب کی نشاندہی (Job Markings) کرنا ہوتا ہے۔

پوری طرح تیار عناصر (Finished Elements) کو برآمدہ پرنٹ کی شکل میں، مناسب سازش میں چھوڑا کرنے کے بعد آرٹ ورک کی یکجائی میں بالکل ٹھیک مقام پر چسپاں بھی کیا جاسکتا ہے۔

اکڑ یا بھی ہو تا ہے کہ تمام عناصر مطلوبہ تناسب میں نہیں ہوتے۔ ایسی صورت میں اصل آرٹ ورک (Art Work) میں غیر متعین (Odd) عنصر کے رقبہ کو ظاہر کر دیا جاتا ہے۔ اس عنصر کے آرٹ ورک پر سازش کم کرنے اور شافت کے نشانات مٹا دیے جاتے ہیں تاکہ کندہ کار اسے مطلوبہ جگہ پر مٹا دے۔

کنده کار کو دی جانے والی ہدایات (Instructions to an Engraver)

ذیل میں دیے جانے والے چارٹ سے آرٹ ورک کی تیار کی اور کنده کاری میں ممکنہ خصوصیات اثرات پیدا کرنے میں مدد ملے گی۔ کنده خصوصی اثرات پیدا کرنے کے لیے یک رنگی، دو رنگی، سہ رنگی اور کثیر رنگی کنده کاری کا آرڈر دینے وقت درج ذیل ہدایات کو ملحوظ نظر رکھ سکتے ہیں:

ایک رنگی	لاٹن آرٹ	ہلف ٹون آرٹ
پرنٹنگ مشین پر طباعت ایک فرم (Forme) اور ایک رن (Run) سے کی جاتی ہے۔ آرٹ ورک سیاہ سفید رنگ میں کیا جاتا ہے۔	(1) کنده کاری کے لیے جس حد تک آرٹ کے کام کو چھوٹا کیا جانا ہو اس سائز کی ضرورت ہوتی ہے۔ (2) لفظی خط (The Word Line): مخصوص ہوتا ہے اس بات کے لیے کہ ہاف ٹون کی ضرورت نہیں ہے۔ (3) دھات: جست یا تانہ۔	(1) کنده کاری کے سائز کی ضرورت ہوتی ہے۔ (2) اسکرین کے استعمال کرنے کا دار و مدار پرنٹنگ کے لیے استعمال کیے جانے والے کاغذ کی چمک دمک پر ہوتا ہے۔ (3) دھات: جست یا تانہ۔ کبھی کبھی ایسا بھی ہو سکتا ہے کہ ڈیزائن کی کنده کاری سے لیے مذکورہ ایک سے زیادہ اثرات (Effects) شامل کرنے کی ضرورت بھی پڑ جاتی ہے۔

— رج ریسنگ (Reversing): نزوی طور پر یا اگلی طور پر

— وینٹنگ (Vignetting)

— اتصال (Combination): لاٹن اور ہاف ٹون

— خصوصی پروسیس اسکرین: میزوتینٹ (Mezzotint)، مدور خطوط (Circular Line)، وغیرہ۔

— تبدیلیوں (Badlas) کے لیے چھیدنا (Piercing)۔

ان میں سے کوئی بھی اضافی کاروائی انجام دینے کے لیے سی قلمرو فلیپ (See Through Flap) یا اورلے (Overlays) کے ذریعہ ہدایات فراہم کی جاتی ہیں۔

دو رنگی

پرنٹنگ مشین پر کاغذ دو رنگوں آرٹ ورک (ڈیزائن) میں دو رنگی عناصر (Runs) میں گزرا جاتا ہے، موجود ہو سکتے ہیں۔

دونوں ہی رنگوں (Runs) میں (1) کچھ رنگ میں ایک دوسرے کے قریب قریب۔
طلحہ فرم (Forme) اور طلحہ۔

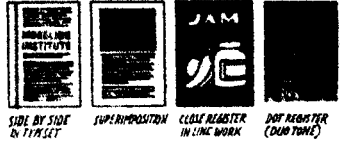
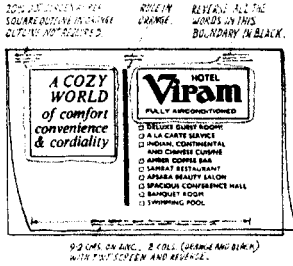
رنگ استعمال کیا جاتا ہے۔ (2) ایک رنگ کو دوسرے پر چھائی کیا جاسکتا ہے۔

آرٹ ورک: بلیک اور دھات میں (3) رنگ ایک دوسرے کو چھوٹے ہوئے بھی ہو سکتے ہیں۔
کاغذ اس کے علاوہ فنی کی محتاج نہیں رہتی۔

(4) ڈاٹ رجسٹر میں: دو رنگ (Duotone)

بھی ہو سکتے ہیں۔

ان دونوں میں سے کسی رنگ کے لیے بھی ریورنگ، مکینک، لائن اور ہاف ٹون کا اتصال (Combination) یا سکرین کا تعارف (Introduction of Screen) ، تبدیلی کے لیے پیمینتا (Piercing of Badlas) وغیرہ کاروائیاں انجام دی جاسکتی ہیں۔
اگر کندہ کار (Engraver) سے خدمات لیئی مطلوب ہوں تو اسے دونوں قسم کی علیحدگی (Separations) کے لیے واضح ہدایات والا علیحدہ اور رے (Overlay) فراہم کرنا چاہیے (دائیں طرف کی تصویر دیکھیے)۔



آرٹ وکس

سدرنگی

دورنگی ڈیزائنوں کے بارے میں اوپر جو کچھ بھی کہا جا چکا ہے وہی تین رنگوں کے لیے بھی صادق آتا ہے۔ مختلف ٹون (Tones) والے کسی بھی رنگ کی اور پلنگ (Overlapping) سے بہت بڑی تعداد میں رنگوں کے شے (Shades) تیار کیے جاسکتے ہیں۔ تاہم سب سے زیادہ اہمیت کے حامل بنیادی رنگ ہوتے ہیں یعنی زرد، سرخ اور نیلا۔ ان رنگوں سے سب سے زیادہ ذوق برق رنگ پیدا کی جاسکتی ہے اور یہی ان کی مقبولیت کا راز بھی ہے۔

پوری گہرائی کے لیے بنیادی رنگوں کے ہمراہ کالے رنگ، اور عمدہ سفید کاغذ، عام طور پر کوٹینڈ (Coated) کاغذ کے استعمال سے ممکنہ طور پر کسی بھی آرٹ ورک کے لیے رنگوں کا مکمل رینج تیار کیا جاسکتا ہے۔

کاغذ کو تین بار پر پلنگ مشین میں گزرا (1) اگر رنگوں کی علیحدگی مطلوب ہو تو یہ رنگین کاپی بھی ہو سکتی ہے یا ٹرانسپیرنسی بھی۔ ذیل میں کثیر رنگی میں پڑھ لیجیے۔

(2) فلیٹ کالر (Flat Colours) — لائن یا ہاف ٹون آرٹ کے ساتھ ہر اپوزیشن (Super Imposition) ایک یا دو رنگوں میں: آرٹ ورک: بلیک اور وحالت میں۔

(1) عکسی کاپی (Reflection Copy): ایسی سطح پر بنے ہوئے رنگین ڈیزائن یا فوٹو گرافس جن میں سے روشنی میں گزرتی ہو۔

(2) ترسیل کاپی (Transmission copy): شفاف قلم پر رنگین ڈیزائن۔ حقیقی رنگ دیکھنے کے لیے شے کو سفید سطح پر ظلیل (Project) کیا جاتا ہے۔

کثیر رنگی (چار رنگی)

تمام کثیر رنگی آرٹ، چاہے وہ کسی بھی میڈیم (Medium) —
اور کالر (Water Colour)، آئل (Oils)، پستیل (Pastels)، فوٹو گرافی — میں پیش کیے گئے ہوں، انھیں صرف دو مردوں میں تقسیم کیا جاتا ہے:

میں فٹ نوٹ ہوتا ہے اس لیے آرٹ ورک میں تصاویر کے مقام کی نشاندہی کر دی جاتی ہے تاکہ کئہ کارائی دیا جتے پر عمل کرے۔

— اضافی اثرات (Combination Effect)۔ بڈ لاز و فیرہ کی ہدایات کی نشاندہی اور لے (Overlays) پر کر دینی چاہیے یا یہ ہدایات ڈی (Dummy) لے آؤٹ (گاڈ) کے ذریعہ ارسال کر دینی چاہیے۔

کئہ کار کے لیے ہدایتی نوٹ

(1) چار میٹری رنوں — زرد، سرخ، ہلا اور سیاہ کے سیٹ سے کثیر رنگی آرٹ کے کام کی چھپائی کی جاتی ہے۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اضافی نوٹ (Extra Runs) کی چھپائی کرنے کے لیے خصوصی رنوں کا استعمال ناگزیر ہو جاتا ہے۔

(2) یہ چارٹ، آلیٹ (اور گرے وچر) پر بھی صادق آتا ہے صرف پھیدائی (Piercing) ممکن نہیں ہے۔ اگر بڈ لاز، طویل رن والے ہوں تو تھل ٹیلیٹیں بنائی جاتی ہیں۔ طویل رن کے بڈ لاز کے لیے عمومی آلیٹ رن کے علاوہ لیٹر پریس رن بھی استعمال کیے جاتے ہیں۔

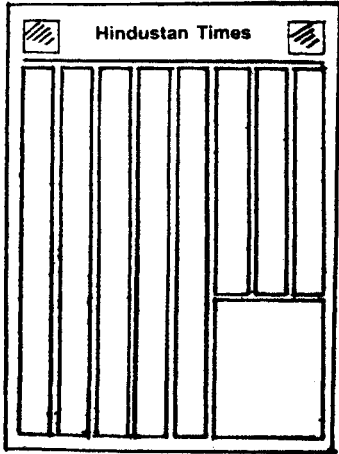
دلوں کی محلات میں رنگین ڈیزائن کو لائن آرٹ سے علاوہ جانے کا مکان موجود ہوتا ہے۔ خصوصی اسکرین، گلی چہرہ (تصویر) (Vignetting)، تبدیلی (بڈ لاز) (Changes (Badlas)) کے لیے شبیرہ کو چھید (Piercing) کو فیرہ — ایک یا تمام رنوں میں۔ اس کے علاوہ دیگر کثیر رنگی تصاویر کے ساتھ ملا دینا (نکس یا شفاف Reflection or Transparent)۔ تاہم اس بات کی سفارش کی جاتی ہے کہ اسٹوڈیو میں اتنا ہی کام ممکن حد تک یکجا کیا جائے جتنا ممکن کاپی میں یکجا کیا جاسکتا ہے۔ اور جہاں اس کی ضرورت نہ ہو وہاں بلاوجہ کئہ کار کو زحمت نہ دی جائے۔ کئہ کار کی خدمات کے لیے لاگت بھی زیادہ آتی ہے اور اس میں وقت بھی زیادہ لگتا ہے۔

— جس حد تک آرٹ ورک کو چھوٹا کرنا (محدود کرتا) ہے۔
— خدمات، لازمی طور پر، تاہم یا بہت کی بھرت ہوتی ہے۔
— اسکرین کا انحصار کاغذ پر ہوتا ہے۔ عام طور پر 55 لائیں فی اینچی مینر زیادہ مقبول ہیں۔
— اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ رنگین ڈیزائن کو ٹائپ کاپی کے ساتھ لے آؤٹ

اخبارات (Newspapers)

بذکر کہا جائے تو شام کے اخبار کو نوٹ تصور کیا جاسکتا ہے (قارئین کی انجین کو نظر رکھ کر)۔

اقتصادی اخبار زیادہ دلچسپی سے پڑھا جاتا ہے۔ اس میں 4-8 صفحات زیادہ ہوتے ہیں جنہیں میگزین کہا جاتا ہے۔ میگزین نیکشن کو ضمیر بھی کہتے ہیں اور عموماً یہ بلا قیمت ہی اخبار کے ساتھ منسلک رہتا ہے۔ میگزین نیکشن کے مضامین عموماً لمبی ہوتے ہیں اور اس میں ایک صفحہ بچوں کے لیے ہر اکس کے لیے بھی مخصوص ہوا کرتا ہے۔



اوپر ایک اخبار کا مثالی سرورق دکھایا گیا ہے۔ سب سے اوپر کے پینل کو اخبار کے نام، ماسٹ ہیڈ (Masthead) اور ایئر پینل (Ear Panels) میں تقسیم کیا گیا ہے۔ ایئر پینل، اشتہارات کے لیے ہوتے ہیں۔ نیچے دائیں جانب کی جگہ کو اشتہارات کے لیے فروخت کر دیا جاتا ہے۔ اسے سولس (Solus) کہتے ہیں۔

محافت کا طریقہ دریافت ہونے کی وجہ سے خزانہ کی میں عربی تیزی آگئی۔ انسان کے اندر اپنے آس پاس ہونے والے واقعات کے ہدف میں چلنے کی شدید خواہش نے "اخبار" کو جنم دے ڈالا۔ یہ روزمرہ شائع ہونے والا ایسا جریدہ ہوتا ہے جو نہ صرف شہر میں ہونے والے واقعات سے ہمیں واقف کرے بلکہ آس پاس کے شہروں اور دنیا کے مختلف خطوں کی خبریں بھی ہمیں بتا کر ہے۔ اس کا معیار کی سائز (24" x 18") 60 cm x 42 cm ہوتا ہے یا اگر اس کا نصف حصے مختلا (Tabloid) بھی کہتے ہیں۔ اسی کو اخبار کہتے ہیں۔

ہمارے ملک میں تقریباً 35 زبانوں میں اخبار چھپتے ہیں۔ زبان کا انتخاب اس خطہ کی نوعیت سے کرتا ہوتا ہے جس خطہ میں اخبار شائع کرنا ہوتا ہے۔ اخبارات زیادہ تر بڑے شہروں سے شائع ہوتے ہیں کیونکہ: —————
 ————— خبریں اکٹھی کرنے کی آسانیاں موجود ہوتی ہیں۔
 ————— چھپائی کرنے کی ٹیکنیک سہولیات قابل گرفت ہوتی ہیں۔
 ————— روزانہ فروخت کے مواقع زیادہ ہوتے ہیں اور زیادہ آمدنی کی توقع ہوتی ہے۔

————— آس پاس کے شہروں کے لیے ذاک ایڈیشن شائع کرنے کا باوجود بھی اخبار زیادہ تر علاقائی میڈیم (Local Medium) ہی ہوتا ہے۔
 ————— صبح کے اخبار 2 بجے 5 بجے (صبح) کے درمیان چھاپے جاتے ہیں اور نچوڑے بھی پڑھنے کے ذریعہ 7 بجے تک گھروں میں بھجوا دیے جاتے ہیں۔
 ————— سونے طور پر اخبار کے تین اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں: خبریں، تقریرات اور اشتہارات۔ صبح کو ان پر عموماً پوری فیملی لکھ ڈالتی ہے اور آفس جانے والے حضرات آفس جاتے وقت روم میں بھی ان کا مطالعہ کرتے چلے جاتے ہیں، چاہے بس میں سڑ کر نہ ہوں یا ٹرین میں۔ "اخبار" کو دو گھنٹوں کا لوپ بھی کہتے ہیں کیونکہ لوگ ان پر تقریباً دو گھنٹے صرف کرتے ہیں۔

شام کا اخبار 2 بجے تک شائع ہو جاتا ہے۔ یہ مختلا (Tabloid) شکل میں ہوتا ہے اور اس میں صفحات کم ہوتے ہیں۔ ان میں خبروں سے زیادہ خریداروں اور تقریرات سے متعلق زیادہ اطلاع ہوتی ہے۔ اگر صبح کے اخبار کو

صفحہ 10:- کلاسٹرائزڈ اسٹیل اشتہارات (Classified Display Advertisements) کے لیے۔

ہر نیکشن میں سرخی کے ٹائپ کا سائز جتنا بڑا ہو تا ہے خبر بھی اتنی ہی اہم ہوتی ہے۔ بڑی ٹائپ خاص طور پر 8 پانکٹ کی انکی سیرف ٹائپ (Serifed Type) ہوتی ہے جس کا رخ (Face) چل ہوتا ہے۔ کلاسٹرائزڈ اشتہارات (Classified Advertisements) کے لیے 5 پانکٹ ٹائپ اگیت (Agate) کا استعمال کیا جاتا ہے۔

تعمیلات زیادہ تر فوٹو گرافس ہوتے ہیں۔ جب انھیں شائع کیا جاتا ہے تو یہ چھڑائی میں 8x11 کلوں کی جگہ گھیرے جاتے ہیں، باقاعدہ اندراجات (Items) جیسے نشینیں، سنیا شو، ریڈیو اور ٹی وی پروگراموں، موسم، موسیقی، ڈراما، پیٹنٹ اور مجسم سازی پر جانچہ کے لیے خصوصی چلی سرخیاں لگائی جاسکتی ہیں۔

اس طرح صفحہ 1 پر اخبار کا نام اور صفحہ 6 پر تبصرہ (ایڈیٹوریل) کے لیے چلی سرخیاں لگائی جاتی ہیں۔ اس سلسلہ میں اس نے آؤٹ آرڈر کے کام کی داد دی جاسکتی ہے جس نے ڈیروں کام اور ذمہ داریوں کے باوجود اپنے قارئین کی سہولت کے پیش نظر ہر روز صبح لے آؤٹ (Page Layouts) کو محکم کرنے کے لیے مختلف مطالعہ جاتی اجزائے ترکیبی پر واجب زور دے کر انھیں اجاگر کرتا ہے اور اسے قابل مطالعہ بناتا ہے۔

ڈیزائن (Design)

اخبار کا ڈیزائن بین الاقوامی 8 کالم گرڈ (Column Grid) پر مبنی ہوتا ہے۔

صفحہ کا سائز: 60 cms x 42 cms

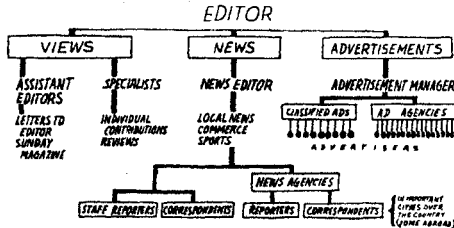
طباعت شدہ رقبہ: 56.25 cms x 39 cms

ایک کالم کا سائز: 56.25 cms x 4.87 cms گھبرا

مختلف قسم کا مواد مختلف صفحات پر مرتب کرنے کے لیے کوئی بہت زیادہ بندھے گئے اصول تو نہیں ہوتے البتہ قارئین کی آسانی کے لیے کچھ مخصوص انداز اختیار کیے جاتے ہیں تاکہ وہ اپنی پسند کی معلومات حاصل کر لیں۔ مثال کے طور پر:

- 1۔ بہت زیادہ اہم خبروں کے لیے (چاہے وہ کسی بھی عنوان پر کیوں نہ ہوں)۔
- 2۔ درجہ بند اشتہارات کے لیے۔
- 3۔ علاقائی خبروں، اعداد، ہم بچانے کی اطلاعات اور تفریحی معلومات کے لیے۔
- 4۔ مالیاتی خبروں کے لیے۔
- 5۔ ضلع کی خبروں کے لیے۔
- 6۔ ادارہ، خصوصی معاون اور قارئین کے کالم۔
- 7۔ غیر ملکی خبروں کے لیے۔
- 8۔ کمپنوں کی خبروں کے لیے۔
- 9۔ خصوصی ملاقات کے لیے۔

اشتہارات (Advertisements)



مرتب کیا جاتا ہے۔ پیغام میں خصوصی طور پر ایسی اطمینان اور نفع بخش باتیں ہونا ضروری ہے جسے اختصار کے ساتھ وضاحت (Brevity With Clarity) قرار دیا جاسکے۔ ان اشتہارات کا تعلق خرید و فروخت یا پھر مفاد عامہ سے متعلق اندراجات (Items) سے ہوتا ہے۔

(4) درجہ بند نمائش (Classified Display): اس میں لوگوں کو نامپ کے علاوہ 5 پاؤنٹ سے بڑی ٹائپوں (Types) اور ایسی چھوٹی چھوٹی تمثیلات کی اجازت ہوتی ہے جو 2.5 cm کی چوڑائی سے زیادہ بڑی نہ ہوں، اکثر موقعوں پر آرائشی حاشیوں کی اجازت بھی ہوتی ہے۔

(5) مہارتی نوٹس (Reading Notices): ایسے اشتہارات ہوتے ہیں جو خبریں نظر آتے ہیں کہ کوئی انھیں خبروں والے ٹائپ فیس (Typeface) میں ہی سیٹ کیا جاتا ہے اور حد تو یہ ہے کہ تمثیلات کو ایڈیٹوری آرٹ والا انداز عطا کیا جاتا ہے۔ تاہم پیغام کے شروع یا آخر میں لفظ "اشتہار" ضرور شامل کیا جاتا ہے۔

جہاں اشتہارات ایک طرف درجہ بند اشتہارات بلا واسطہ طور پر قبول کرتے ہیں کیونکہ ان میں زیادہ ڈیزائن کاری کی ضرورت نہیں پڑتی وہیں دوسری جانب اپنی اشتہارات کی جگہوں کو ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کے ذریعہ فروخت کرتے ہیں۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ ایسا کرنے سے یہ یقین رہتا ہے کہ اشتہاری جگہ فروخت ہو ہی جائے گی اور دوسرا سبب یہ ہے کہ اس جگہ چھپنے والا معمولی طور پر قابلِ ملاحظہ ہوتا ہے۔ اشتہارات کی جگہ کا فیسٹو میٹروں میں فروخت کی جاتی ہے۔ کالم کی 4.8 cm لمبائی اور 1 cm چوڑائی پر مشتمل رقبہ کو ایک اکائی تصور کیا جاتا ہے۔ شرح کا انحصار اخبار کی اشاعت پر ہوتا ہے۔ پہلے صفحہ پر نیچے یا داہنی طرف کسی خصوصی مقام یا اندرونی صفحات پر کسی اور جگہ اشتہار چھپوانے کی شرح، کالم سنٹی میٹر شرن سے کچھ فیصد زیادہ ہوتی ہے۔

عام طور پر تمام ہی نمائشی اشتہارات کے اپنے اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں جیسے سرخی (Headline)، کاپی تمثیلات (Copy Illustrations)، سگنچر (Signature) وغیرہ۔ ان اجزائے ترکیبی کو انڈیارات (ایگزیٹوٹس) میں

نمادی طور پر اشتہارات کا ایجاد روزمرہ کی خبریں لوگوں تک پہنچانے کے لیے ہوا تھا لیکن اشتہارات اس وقت وجود میں آئے جب تاجر برہمادی اشتہارات کے سہارے اپنے کاروبار کو فروغ دینا شروع کیا۔ آج بشکل تمام اشتہارات کے بغیر شاید ہی کوئی اخبار چل سکتا ہے۔ اشتہارات کا سلسلہ تمدن بن چکے ہیں۔

اشتہارات کی روزانہ اشاعت کافی زیادہ اور لکھی بندھی ہوتی ہے۔ اسی لیے مشہورین کو روزانہ کافی بڑی تعداد میں اشتہارات شائع کرنے کا موقع مل جاتا ہے اور مرے کی بات یہ کہ فی اکائی اشتہار بازی نہایت کمائی داسوں میں ہو جاتی ہے۔ انھیں اپنے اشتہارات خصوصی موقعوں مثلاً ٹیکل، ایکشن، تہوار یا پھر کوئی خاص موسم پر دینے کا موقع مل جاتا ہے۔ اس طرح ہر وقت اشتہار دے کر وہ اہمیت زیادہ پراثر بنا سکتے ہیں۔ اپنے مقصد اور ڈیزائن کی بنا پر اشتہارات کو پانچ زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) عمومی نمائش (General Display): اشتہارات کا زیادہ تر حصہ اسی قسم کے اشتہارات سے بھرا رہتا ہے۔ ہر ڈاکٹ اور اس کے برائے کی شبیہ (Brand Image) پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔

(2) پچھل نمائش (Retail Display): اس میں سامری پر کم اور فروخت کی جانب زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ اشتہاری ڈیزائن کا زیادہ تر حصہ تیار کی جانے والی اشیا اور ان کی قیمتوں پر مشتمل ہوتا ہے۔ یہ اکثر اس قسم کے ہوتے ہیں کہ گاہکوں کا رخ خوردہ فروش کی جانب بکھرتا ہے۔

(3) درجہ بند اشتہارات (Classified Advertisements): درجہ بند اشتہارات کی جماعت بندی کردی جاتی ہے اور یہ عموماً حروفِ چھپی کی بنا پر مرتب ہوتے ہیں جیسے جشنِ بانی سالگرہ (Anniversaries)، پیدائش (Births)، اموات (Deaths)، شادی یاہ سے متعلق (Matrimonial)، موٹر پارٹ (Motor Parts)، بے آگ گیسٹ (Paying Guests) وغیرہ وغیرہ۔ انھیں آگیت لائنوں (Agate Lines)، 5 پاؤنٹ ٹائپ (5 Points Types)، لوگو (Logo)، تمثیلات یا سفید جگہ (White Space) کے بغیر

خریدی ہوئی جگہ پر سلسلہ دار مرتب کر دیا جاتا ہے۔ جگہ کے ساتھ نور کل کاردار و دار کا کاپی اور حاضری کی ترتیب پر ہوتا ہے۔ بالفاظ دیگر مختلف قسم کے اجزائے ترکیبی کو شکل و صورت عطا کرنے کے لیے پہلے ٹائپ اور تشکیلات کا انتخاب کیا جاتا ہے اور پھر مطبعہ جگہ پر مرتب کر دیا جاتا ہے۔

ذرا سن کر بھی یہ دھیان رکھنا چاہیے کہ ایک ہی تجارت سے وابستہ مشتملین کے مابین ہی نہیں بلکہ ایک ہی صفحہ یا سامنے کے صفحہ پر چھپنے والے اشتہارات کے مابین بھی مقابلہ آرائی ہوگی۔ اس لیے اخباری اشتہارات کی ذرا جان کوری کرتے وقت امتیاز یا نمایاں فرق (Contrast) قائم رکھنا کامیابی کی گنجی ہوئی ہے۔

شرارتی اشتہارات (Teaser Advertisements)

تجربوں میں زیادہ سے زیادہ دو صفحات اشتہارات کے ہوتے ہیں۔ اخبارات میں شوق و ترقی ایسا ہوتا ہے کہ کوئی اشتہار اتنا بڑا ہو کہ وہ سامنے کے صفحہ تک (یا اخبار کے ایک سے زیادہ اشاعتوں تک) پھیلی ہوئی ہو۔ اس کا مقصد قاری کے ذہن میں تجسس پیدا کرنا ہوتا ہے۔ پہلے اسے ایک صفحہ پر موجود پیغام کو پڑھنے پر تیار کیا جاتا ہے پھر بعد کے صفحات یا اشاعتوں میں سلسلہ دار کہانی کی مانند اسے اس اشتہار کے باقی ماندہ حصہ کو پڑھنے کی طرف راغب کیا جاتا ہے۔

کبھی کبھی قاری کی توجہ مبذول کرنے کے لیے کسی خاص ترتیب سے بھی کام لیا جاتا ہے جیسے اشتہار کو ٹپے سے اوپر کی جانب (اٹلے انداز میں) چھاپنا یا چنانچہ بوجہ کر غلطیاں کر دینا تاکہ قاری کی توجہ اس طرف مبذول ہو جائے۔ زیادہ تر فائدہ اوقات حاصل ہوتا ہے جب پیغام اعتقاد پر مشتمل ہو اور شرارتی اشتہار (Teaser Advertisement) کا حصہ ہو۔

طبعیت کی کوٹھی (Printing Quality)

روزانہ شائع ہونے والے اخبارات کوئی انفر تیار کر کے شائع کیا جاتا ہے اور پھر ان کی قیمت کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ یہ پڑھ کر

— عام نیچر پرنٹ 22 لائنیں فی سم واپلی ڈاٹڈ اسکرین (Dotted Screen) قبول کر لیتا ہے مگر کاغذ کی چمکدار قسم (Glazed Variety) 26 لائنیں فی سم تک قبول کر لیتی ہے۔ ہارپک اسکرینوں سے دھندلے اثرات پیدا ہوتے ہیں اس لیے انھیں استعمال کرنے کا مشورہ نہیں دیا جاسکتا۔

— ری پروڈکشن کے معاملہ میں لائن آرٹ سے کوئی مسئلہ پیدا نہیں ہوتا لیکن اس طرح حاصل ہونے والے نتائج کا موازنہ آرٹ پیس پر فائن پیچز لائنوں (Fine Etched Lines) سے نہیں کیا جاسکتا۔

— ٹھوس رتوں (Solid Areas) سے مسائل کھڑے ہو جاتے ہیں کیونکہ کاغذ بہت حد تک مسطح (Even) نہیں ہوتا۔ عام طور پر ہلکی ہلکی بند کیاں ہی پڑ جاتی ہیں جو شاید پیکنگ (Picking) اور اخبار کی کمزوری سطحی وجہ سے پڑ جاتی ہیں (دیکھیے کاغذ)۔

— وکلیف (Vignettes) کی طبعیت سے متعلق کام کے لیے براعیط میک ریڈی (Careful Makeready) کی ضرورت ہوتی ہے اس لیے اس ضمن میں مجھے مت افزائی نہیں کی جاسکتی۔

— ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں، پبلشنگ میڈیا کی ان حدود سے بخوبی واقف ہوتی ہیں اور وہ انھیں ہاتھوں کو مد نظر رکھتے ہوئے آرٹ ورک کو پیش کرتے ہیں۔

د رسالہ / مجلہ (Magazines / Periodicals)

(1) لاگ رینج (Long Range Image) یا بھری کردار ڈیزائن کرنے کے لیے مختلف خصوصیات مقرر کرتے وقت جن پہلوؤں پر غور کیا جاتا ہے وہ ہیں:

— فارمیٹ، کاغذ اور خاطر خواہ طبعیت کی کوٹائی، احاطہ کیے جانے والے عنوانات (ایڈیٹوریل، فلسفہ) اور صفحات پر ان کی ترتیب۔

— مختلف عنوانات کی ٹائپنگ گرائی، لے آؤٹ گرڈ، تصویر کی ڈپلے اور نچوں کے چھپنے۔

— سرورق کے لیے "ماسٹ ہیڈ" (Mastheads) اور مستقل نچے (Features) یا عنوانات۔

— اشتہارات: جگہوں سے اشتہارات کے جلاک لیے جائیں یا اسٹیریو (Sterios) یا پھر میگزین ہی کیڈز کریں۔ اگر ایسا ہو تو پیش کی جانے والی خدمات پہلی جلد شائع کیے جانے سے قبل یعنی ڈیزائن منوبل کا کام انجام دینے والی ڈی تکمیل دینے سے قبل یہ تمام باتیں پرتز سے صلاح و مشورہ کے بعد طے کر لی جاتی ہیں۔

بنیادی طور پر یہ کثیر صحافی ڈیزائن کاری کا کام ہو تا ہے۔

(2) اگر کوئی شخص میگزین پڑھے بغیر صرف اس کے سرورق پر ایک سرسری سی نظر ڈالے تو بھی میگزین کی ہر ایک جلد میں اس کے لیے بھری جلاہیت ضرور ہونی چاہیے۔

(3) لے آؤٹ کے مقاصد کے پیش نظر میگزین کو ایک دوسرے کے آنے

سانے کے صفات کی اکائیوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ مندرجہ بالا

(1) میں موجود عناصر (اصل عبارت اور تصاویر) کو مندرجہ ذیل باتوں

کوڈ میں رکھ کر مرتب کیا جاتا ہے:

— آنے سانے کے دو صفحات کی اکائی جگہ (Unit Space) پر عائد

ہونے والی ڈیزائن کاری کے اصول۔

— اس قسم کی تمام اکائیوں کو میگزین کے مجموعی کردار سے متحد کرنے والا

روز شائع ہونے والی مطبوعات کے علاوہ ایک خاص مدت ہفتہ وار، چدرہ روزہ، ماہانہ، سہ ماہی، سالانہ وغیرہ۔ پر شائع ہونے والی مطبوعات کو میگزین کہا جاتا ہے۔ انھیں نیوز پرنٹ سے زیادہ بہتر کاغذ پر چھاپا جاتا ہے۔ عام طور پر ان کا سرورق جلاب نظر اور مضبوط اور بہتر اشاک (Stock) پر طبع ہوتا ہے تاکہ میگزین کی حفاظت بھی ہو اور فروخت اکیل (Sales Appeal) میں بھی اضافہ ہو۔

ایک خاص حراج کے کارکن کو اپنی جانب متوجہ کرنے اور اپنے گرد اکٹھا کرنے کے مقصد سے لکھے جانے والے ادارہ (Editorial) کے مضامین کی بنا پر میگزین کو مختلف زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ اس طرح ہمیں طرح طرح کے میگزین دکھائی دیتے ہیں۔

• غورقوں کے میگزین جن میں غورقوں کی دلچسپی کے مضامین زیادہ ہوتے ہیں۔

• بزنس میگزین میں کاروباری موضوعات پر مضامین موجود ہوتے ہیں۔

• ٹریڈ میگزین تکنیکی مضامین کے لیے وقف ہوتے ہیں۔

• انڈسٹریل میگزین کا تعلق میوزیکل فیکر اور پروڈکشن کے پہلوؤں سے

ہوتا ہے۔

• پروفیشنل میگزین کا تعلق کسی خاص پیشہ سے ہوتا ہے۔

• کچھ میگزینوں میں صرف ایڈورٹائزنگ (Advertising) ہی کی جاتی ہے۔

• مذہبی میگزین صرف روحانیت اور دنیایت کے لیے ہی وقف ہوتے ہیں۔

• بچوں کے میگزین میں تلمیسی مضامین تفریحی انداز میں لکھے جاتے ہیں۔

• نیوز پیپر میگزین خیرہ ہوتا ہے جس میں ہفتہ وار اقرار کے دنوں میں مختلف

موضوعات پر نظریات ہوتے ہیں۔

• کاکس میں بہت زیادہ تصویر کی کہاں دی ہوئی ہوتی ہیں۔ یہ تصویریں عام

طور پر ہاتھ سے بنائی جاتی ہیں۔

میگزین کا ڈیزائن (Design of a Magazine)

میگزین کی ڈیزائن کاری کے لیے تین مراحل کا درمیان رکھا جاتا ہے:

سرکولیشن	پرفیک پروسیس	کانڈیشنر ملکہ اولس ہوں
20,000 تک	لیز پر نہیں کھاتی	کوئینڈ (اگر صرف لائن رہتا ہے)
20,000 تا	آفسیٹ کھاتی	غیر کوئینڈ سے کام چل جائے گا
100,000	رہتا ہے	
100,000 سے	روٹو گریس دیاور	چکنا، خصوصی طور پر زیادہ
زیادہ	(Rotogravure)	چکدا، حتیٰ کہ رول کھاتی رہتا ہے
		میں لپٹا ہوا موٹا کاغذ بھی

میگزینوں میں اشتہارات

(Advertisements in Magazines)

اشتہاروں کے ذرائع ہمارے مطالعے کے خاص موضوع ہیں۔ دیگر ذرائع الجرائف کے مقابلہ میں زیادہ تر اشتہارات کے میگزینوں میں جہاں کچھ فائدہ ہے جن کو تو ہیں کچھ حدود (پابندیاں) بھی ہیں۔ اس بات کا مشاہدہ مندرجہ ذیل خاکے سے لگایا جاسکتا ہے:

(i) تکنیکی خوبیاں (Technical Merits)

- زیادہ تر میگزین رتکین اشتہارات ہی قبول کرتے ہیں کیونکہ رتکین اشتہارات سے کافی حد تک اشتہارات کی قدر میں اضافہ اور پیغام (مندرجہ) قبول کر لینے کا اثر پیدا ہوتا ہے۔
- ان میں عام طور پر عمدہ کوالٹی کا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے مگر طباعت کی زیادہ ہر گزیر پروسیس استعمال کیا جاتا ہے جس سے اخبار کے مقابلہ میں میگزین کے ذریعہ شہر کرنے کے امکانات بہتر ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر تصاویر پر فضول خرچی کی جاتی ہے جس سے ان میں جاذبیت بڑھ جاتی ہے۔ اس بات کے امکانات بھی ہیں کہ ہائیڈرنگ کرتے وقت طبع شدہ موادوں میں مشک کر دیا جائے۔ اس سچے ہوئے مشک مواد کو انڈرٹ (Insert) کہا جاتا ہے۔
- کسی بھی میگزین کا فارمیٹ ملاحظہ کیجئے۔ پھر پورا تمام میگزینوں میں ہی جاذب نظر تصویر کے لیے کافی بڑا رقبہ وقف کر دیا جاتا ہے۔

مشترکہ بند من۔

اس طرح ایک وقت میں ڈیزائنز کو (3) کے مطابق کام انجام دینا ہوتا ہے اور اسے (1) میں مشترکہ خصوصیات کے معیار کے اندر ہی کام کرتا ہوتا ہے۔ اس قسم کا طریقہ کار محکم بھی ہوتا ہے اور اس سے وقت کی بھی بچت ہوتی ہے۔

فارمیٹ، پیپر، پرنٹنگ

(Format, Paper, Printing)

ان باتوں کا دارومدار اس پر ہوتا ہے کہ میگزین پر سننے اور ساتھ لے جانے کے لیے کتنے بڑے سائز کی ضرورت ہے اور تصویر کی مولو کی نمائش کے لیے کتنا بڑا رقبہ درکار ہے۔ میگزین کے متعلق یہ خیال کیا جاتا ہے کہ اسے تھوڑے تھوڑے وقفے سے پڑھا جاتا ہے نیز یہ کہ اس کی کچھ حوالہ جاتی قدر (Reference Value) بھی ہوتی ہے: یعنی اس میں پیش کردہ مناظر متاثر کن ہونے چاہئیں۔ میگزین عام طور پر مندرجہ ذیل سائزوں میں طبع ہوتی ہیں:

18.5 cm x 13.5 cm, 19.5 cm x 15 cm,

24 cm x 18 cm, 32.5 cm x 25 cm

چونکہ زیادہ تر میگزین تصویر بردار ہوتی ہیں اس لیے کاغذ کی کوالٹی پر خشک پروسیس پر منحصر ہوتی ہے اور پر خشک پروسیس کا انحصار کسی بھی میگزین کی تعداد و اشاعت (Circulation) پر ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ کھاتی عنصر کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔ اکلہ ایسا بھی ہوتا ہے کہ آخری نتیجہ (Final Result) مطلق کفایت (Absolute Economy) سے زیادہ اہمیت کا حامل ہوتا ہے اور اس کی حالت میں سرکولیشن تعداد پر خشک پروسیس پر غالب آجاتی ہے۔ کچھ خاص موضوعات کو زیادہ اجاگر کرنے کے لیے دو طرح کے کاغذوں کا استعمال بھی کوئی غیر معمولی بات نہیں۔

آرٹ ورک (Art Works) کو پر خشک پروسیس کے مطابق ہی

محکم کرنا ہوتا ہے۔

(III) حدود بندی (Limitations)

- اشتہاری مہم کی منصوبہ بندی پہلے کرنی پڑتی ہے۔ پرنٹر کو منصوبہ بندی اور کلر پر جنگ کرنے کے لیے تین ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ اسی طرح کندہ کار کو بھی 3 تا 4 ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ ڈیزائنر کو 2 یا 3 ہفتے قبل کام شروع کرنا ہوتا ہے۔ اس لیے اس سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ اس نے قبل از وقت ہی حالات پر غور کر لیا ہو گا اور اس کے پاس اشتہاری مہم سے متعلق معلومات کی بھرمار ہوگی۔ اس لیے اسے صرف چند عمومی ارشاد مل سکتے والی باتوں پر ہی انکسار کرنا ہوگا۔

- امکانی کاموں کے لئے کی امید اتنی نہیں ہوتی جتنی کہ اکثر اخبارات کے ذریعہ ہوتی ہے۔ اس کا تعلق اس رسالہ کی مدت اشاعت سے ہوتا ہے یعنی ماہانہ شائع ہونے والے میگزین کے مقابلہ بغلہ دار چھپنے والے میگزین سے تیار آپ کو چار انڈرشن (Insertions) حاصل ہو سکتے ہیں۔
- کلر ری پروڈکشن ایک ہنگام عمل ہوتا ہے۔
- جو پیغام صرف کسی مخصوص علاقہ کے لوگوں تک ہی پہنچانا مقصود ہو اس کے لیے قومی ایڈیشن میگزین کا استعمال کرنا ممکن نہیں ہوتا۔ اس لیے چھوٹے مشہورین کے لیے ایسے میگزین تک پہنچنے کے لیے معاشی حالت کے مد نظر، تمام زمین مسدود ہو جاتی ہے۔ اسی طرح قومی پیمانہ پر چھپنے والے ایڈیشنوں میں اشتہار دینے والے کی استطاعت اتنی نہیں ہوتی کہ وہ کسی خاص خطے کے خریداروں کے طرز عمل پر اثر انداز ہو سکے۔

(IV) ترجیحی حیثیت (Preferred Position)

- میگزین کے سرورق بہترین کاغذ اور طبعاتی اثرات سے مزین ہوتے ہیں تاکہ ان کی جانب زیادہ سے زیادہ توجہ مبذول کرائی جاسکے۔ اگر میگزین میں ان صفحات پر اشتہارات دینے کی شرحیں زیادہ ہوں تو اس میں کوئی تعجب نہ ہونا چاہیے۔

- سرورق 1 عام طور پر میگزین اپنے استعمال کے لیے برقرار رکھتا ہے۔ تاہم کچھ میگزینوں کے سرورق کی پہلی پٹی فروخت کر دیتے ہیں۔ اس جگہ کی شرح سب سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کے بعد سرورق 4 کا نمبر آتا ہے جو سرورق 2 اور سرورق 3 کے بعد آتا ہے اور اسی مناسبت سے اس کی شرح میں بھی مقرر

- اسے ایسی قسط بھی طے کی جاسکتی ہے جیسے کسی صفحات مزد دے چکے ہوں۔ یہ آسانی ملک کر لی جانے والی بک لیٹ، کیپلے لاگ، گائڈ، اجزائے ترجمہ کی کتاب (Recipe Book) یا کبھی کبھی پروڈکٹ کا نمونہ بھی منسلک کیا جاسکتا ہے۔ انڈرٹ (Inserts) عام طور پر اصل میگزین سے علیحدہ ہی دکھائی دیتے ہیں۔ ان کے لیے مخصوص کاغذ کا استعمال کیا جاتا ہے۔ وہ اپنے وزن، سائز، رنگ اور شکل و صورت کی بنا پر الگ سے نظر آ جاتے ہیں۔

(II) اشتہاری خدایاں (Advertising Merits)

- میگزین کی مہم اخبارات کے مقابلہ زیادہ ہوتی ہے۔ انھیں ایک بار پڑھ چکے کے بعد موقع ملنے پر دوبارہ سے بارہ بار پڑھا جاتا ہے اور یہ حقیقت ہے کہ ایسے موقعوں پر ایڈورٹائزمنٹ پر زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ انھیں عام طور پر نوجوان طبقہ، خوشحال گھرانوں کے ذریعہ (جن میں افراد خانہ زیادہ ہوں) یعنی ایسی جماعتیں ان پر زیادہ توجہ دیتی ہیں جنہیں قابل اشتہار اشیا زیادہ خریدنی ہوتی ہیں اور ہر جماعت میں رائے دینے والے موجود ہوتے ہیں۔
- خصوصی میگزینوں کے ذریعہ مخصوص گروپ بھی اشتہارات میں دکھائی گئی چیزوں تک پہنچ سکتے ہیں۔ کچھ میگزینوں جیسے ریڈرس ڈائجسٹ (Reader's Digest) وغیرہ کے ذریعہ ملک گیر پیمانہ پر اشتہارات بھیجے جاسکتے ہیں۔ اس طرح کسی مخصوص علاقہ میں مقبول ترین میگزین کے ذریعہ یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔
- بہت سے میگزین پہلے اشتہارات کو پڑھتے ہیں اور ان میں غلط بیانی یا بھوٹ محسوس کرتے ہیں تو ان اشتہارات کو قبول نہیں کرتیں۔ اس طرح مشہور کاغذ بھی بچتی رہتا ہے کہ میگزین پڑھنے والوں نے اشتہار پر یقین کر لیا ہے اور اس پر دوسرے سندی کاغذ بہر حال مشہور کو بھیجتا ہے۔
- ایڈیٹوریل پیجر میں مشہورین کے لیے ہارڈوائے نوٹ موجود ہو سکتا ہے۔
- قارئین اشتہارات کو بار بار پڑھتا ہوا دیکھ کر یہ یقین کر سکتے ہیں کہ پروڈکٹ کی پست پر کوئی بڑی تنظیم موجود ہے۔

رنگ (Colour)

کردی جاتی ہیں۔

سیاہ کے علاوہ مشترکین کو جن رنگوں کی اجازت ہے وہ مندرجہ ذیل ہیں:

— میگزینوں کی زیادہ تر تعداد اسکی ہے جو نقل ٹکرائیڈ اور ٹائز صفت یعنی چار رنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ پر شک پر دسیں کے مطابق آئی آرٹ ورک منع کر دیا جاتا ہے۔

— کچھ میگزینیں دور درنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتی ہیں۔ سیاہ اور کوئی دوسرا اضافی رنگ۔ رنگ کے شیف کا انتخاب آپسی صلاح مشورہ سے کیا جاتا ہے مگر یہ عمومی طور پر پوسٹل شیف (Pastel Shade) ہوتا ہے جو اتنا گہرا ہوتا ہے کہ اس میں الٹے حروف نظر آجاتے ہیں اور یہ سیاہ مطاعت بھی قبول کر لیتا ہے اور اتنا کنٹراسٹ (Contrast) فراہم کرتا ہے کہ پیغام آسانی سے پڑھا جاسکتا ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ اس کا رنگ بھی اسی قسم کا ہوتا ہے۔

سرورق 2 کے سامنے والے صفحہ 1 اور پھر گہرست مضامین اور نواریہ کے سامنے والے اور درمیان میں واقع صفحات کا نمبر آتا ہے۔ ان جگہوں کو بھی ترجیحی حیثیت کا حامل سمجھا جاتا ہے۔ ان کی شرمیں عام بلیک اینڈ وھائٹ صفحات کے مقابلہ زیادہ ہوتی ہیں۔

(v) بلیڈ صفحات (Bleed Pages)

تعداد، برنٹ (Tints) یا سالڈ رقبوں (Solid Areas) (جو طبع شدہ رقبہ سے لے کر صفحات کے سروں تک پھیلا ہوتا ہے) کو بلیڈ تشبیلات (Bleed Illustrations) کہا جاتا ہے۔ انھیں صفحہ سے بڑے رقبہ پر چھپانا پڑتا ہے۔ بلیڈ کے لیے تقریباً 3 فی ہیکل زیادہ — تاکہ سلائی ہو جانے اور کٹائی ہو جانے کے بعد تصویر/تشبیلات میگزین کے سازشیں آجائے۔ ایسے صفحات پر اشتہار کی شرمیں 10% تا 20% زیادہ ہوتی ہیں۔

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)

ایک طرف مطلوبہ معلومات حاصل کرنے کے لیے کچھ تحریر کیا گیا ہو اور دوسری طرف پوسٹل پتہ تحریر کیا جائے؟

ڈائریکٹ میل پیغام ان مقاصد کا حامل ہو سکتا ہے: معلومات حاصل کرنا، اطلاع دینا، اعلان کرنا، دوا دینا، رپورٹ کرنا، پیغام رسانی کرنا، فروخت کرنا، نمونہ بھیجنا وغیرہ وغیرہ۔

خط (Letter)

فولڈر یا بکلیٹ (Folder or Booklet)

ہوسکتا ہے پیغام اتنا طویل ہو کہ دوصفحاتی خط میں بھی نہ سمانے۔ کیا اس کے لیے ایک بڑے صفحہ کو دونوں جانب سے طبع کرانے اور پھر مناسب انداز میں موڑ کر مناسب شکل عطا کر دینے سے کام نہیں چل جائے گا؟ پہلی ہی نظر میں نصف پیغام تو نظر آتی جائے گا۔ اور اگر اتفاق سے پیغام کی طوالت تجاوز کر جائے اور پھر اس کی کچھ حوالہ جاتی قدر (Reference Value) بھی ہو تو پھر اس کا جواب بک لیٹ (کتابچہ) ہوسکتا ہے۔

جواب (Reply)

— جواب کے لیے ایک نفاذہ قیمتی کر دیا جاتا ہے تاکہ وصول کنندہ کو جواب کے لیے املود کیا جاسکے اور بھیجے جائے والے پیغام کے متعلق جواب حاصل ہو سکے۔

کیا اس کے حوالہ مطلوبہ خط (فارم) اور جوابی نفاذہ بھیجنا چاہیے؟ فارم پر چھپی ہوئی تحریر سے وصول کنندہ کو مطلوبہ معلومات سے متعلقہ نکات کو ظاہری جگہوں میں پُر کر کے بھیج دیتے ہیں۔

— اس کے لیے صرف ایسے پوسٹ کارڈ کیوں نہ استعمال کیے جائیں جن کی

کیا اسے ریٹی میڈ ہونا چاہیے یا پھر خصوصی شکل و صورت والا؟ کیا اسے غیر معمولی کاغذ سے بنایا جائے؟ سادہ ہو، نقش و نگار سے سجایا ہو؟ کیا اس میں مافیہ (Content) کی جانچ پڑتال پر اکسانے والی ونڈو (Window) موجود ہو؟ بہر حال اس سے ہونے والے ڈاک خرچ کا دارو مدار اس کے وزن اور اس میں موجود ان مافیہات (Contents) پر ہوتا ہے جنہیں باہر سے ہی نظر آجانا چاہیے۔

آرڈر فارم اور اپنی جانب سے گاہک کو بھیجا جانے والا جوابی لفافہ، نہایت عمدہ تصویر بردار کئے لاگ (جس میں اشیا کی قیمتیں اور دستہب خزانہ بھی درج ہوتے ہیں) میل آرڈر کے ضروری حصہ ہوتے ہیں۔ ڈائریکٹ میل پیغام کو مختلف شکلوں میں بھیجا جاسکتا ہے جیسے پوسٹ کارڈ، خط، فولڈر، بڑا شیٹ (Broad Sheet)، بروشر (Brochure) وغیرہ گراہک ڈیزائن کے مد نظر انھیں ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

پوسٹ کارڈ یا میلنگ کارڈ (Post Card or Mailing Card)
یہ ڈائریکٹ میل کی (اختیار کردہ) سب سے سادہ عمل ہوتی ہے، پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط کی رو سے یہ 10 cm x 15 cm سے 7.5 cm x 5 cm اور چھوٹے سائز کا نہیں ہو سکتا۔ اس پر ایک طرف پتہ لکھنے کے لیے طرحت کی جاتی ہے اور دوسری جانب پیغامات لکھنے کے لیے جگہ ہوتی ہے۔ اس کا اسٹاک (Stock) کافی ختم کارڈ والا ہوتا ہے جس کا رنگ سفید یا رنگین ہو سکتا ہے۔ چھوٹے موٹے کام کرنے والے، خط و کتابت کے لیے پوسٹ کارڈ استعمال کرتے ہیں مگر زیادہ تر کمپنیاں پوسٹ کارڈ کو کوئی باوقار یا قابل عزت وسیلہ نہیں سمجھتیں۔ اکثر ایسا ہوتا ہے کہ اس پر اپنا پتہ لکھ کر جوابی کارڈ کے طور پر بھیج دیا جاتا ہے تاکہ وصول کرنے والے کو جواب دینے پر آمادہ کیا جائے۔ جوابی پیغام عموماً محدود مضی (Objective)، مطلوبہ اور اس قسم کا ہوتا ہے کہ مکتوب الیہ کو صرف چند خطی جملے بھیج کر اپنا عندیہ ظاہر کرنا ہوتا ہے۔ ڈاک کے ذریعہ واپس بھیجے جانے والے پوسٹ کارڈوں کے ڈاک خرچ برداشت کرنے کی بات چینی بنانے کے لیے مندرجہ عمل والے پوسٹ کارڈ چھپائے جاتے ہیں۔ ان کے ڈیزائن پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط پر تیار کیا جاتا ہے۔ اس شخص میں ڈاک حملہ کے افسران سے ایک پرمٹ نمبر (Permit Number) حاصل کرنا ہوتا ہے۔ پھر اس نمبر کو پوسٹ کارڈ یا لفافہ کارڈ پر چھپایا جاتا ہے۔ دیگر ضروری کوائف اس طرح ہوتے ہیں:

— سب سے اوپر کی کناروں پر متن (Text)

— داخلی جانب دو عمودی موٹے خطوط

”ڈائریکٹ میل“ اصطلاح اس مراسلہ کے لیے استعمال کی جاتی ہے جسے کوئی مشترکہ بلاواسطہ طور پر ڈاک کے ذریعہ امکانی گاہک کو بھیجتا ہے۔ یہاں ڈاک سے مراد اخبارات، پوسٹر، ٹی وی میسجے ذرائع نہ لیا جائے۔ ظاہر ہے کہ جب کوئی شخص ڈاک سے اپنے نام کوئی مخلوف خط (Enveloped Letter) وصول کرتا ہے تو وہ زیادہ آہستہ داری محسوس کرتا ہے۔

— کیونکہ مشترکہ گاہک کے مابین اور کوئی وسیلہ — جیسے اخبار، میگزین — موجود نہیں ہے اس لیے اس ذریعہ اور وسیلہ کو مشترکہ ذریعہ اپنے امکانی گاہک سے رابطہ قائم کرنے کا سب سے تیز اور تیر بہدف طریقہ قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس مہم کے رد عمل کو موصولہ جوابات (فیڈ بیک یا بازری) کی تعداد سے آگاہ جاسکتا ہے۔

— اس طریقہ کو کم سے کم نتائج ہونے والا کہا جاسکتا ہے کیونکہ مشترکہ اپنے عوام کو اور پیغام بھیجنے کے اوقات کو بذات خود منتخب کرتا ہے۔ تاہم فی حدیہ ایک ہیگا طریقہ ہے کیونکہ نہ صرف جوابی خط لفافہ میں رکھ کر ایک مطلوبہ فارم گاہک کو بھیجا جاتا ہے بلکہ مشترکہ کو جوابی خط کا خرچ بھی برداشت کرنا پڑتا ہے۔ اس میں جو کاغذ اور چھپائی کے طریقے اختیار کیے جاتے ہیں وہ سب سے مہنگے ہوتے ہیں۔ کثیر رنگی تصاویر، مہنگی چھپائی، ایبوسنگ، ڈائی ٹیکنگ، فوٹو اسٹیمپنگ، میل ٹکٹا، نمونہ بھیجا وغیرہ وغیرہ ممکنہ ایسی باتیں ہیں جو کوئی بھی ڈیزائنر اختیار کر سکتا ہے اور یہ اس کے لیے کوئی غیر معمولی چیز نہیں ہے۔ اگر دیکھا جائے تو یہ مکتوب الیہ (Addressee) کی خلوت میں دخل اندازی قرار دی جائے گی لیکن بہر حال اس کو کچھ فرصت کے لمحات بھی ضرور منبر ہوتے ہیں اور اس وقت ہو سکتا ہے کہ اخبار وغیرہ کے اسی صفحہ پر اس سے ملنے والے کسی اور پیغام سے اس کا واسطہ نہ پڑتا ہو (اور وہ وقت گزرنے کی خاطر اس پیغام کو پڑھ لے)۔

ڈائریکٹ میل کو غلطی سے میل آرڈر (Mail Order) نہ سمجھنا چاہیے کیونکہ میل آرڈر کا مقصد فوریست بند تیار اشیا کے میل آرڈر (Sales Orders) حاصل کرنا ہوتا ہے اور یہ زیادہ تر تیار مال کی تقسیم کرنے کی ایسی میل پالیسی ہوتی ہے جس میں پچھلیوں (Middle Man) کو نکال دیا جاتا ہے۔

ہے۔ کبھی کبھی یہ غیر حوازن بھی دکھائی دے سکتا ہے لیکن پیغام کو ٹائپ کرانچنے کے بعد اس ضمن میں کوئی فیصلہ کرنا چاہیے۔ بہر حال کوئی بھی کسی کو کور ایئر ہیڈ تو بھیجتا نہیں۔ ڈیزائنر کی لے آؤٹ کے مطابق ٹائپنگ ہو جانے کے بعد کسی ڈاٹ یا لائن کے ذریعہ ٹائپسٹ کو ابتدائی نقشہ کے بارے میں بتادیا جاتا ہے۔ کبھی کبھی ڈسپچ کلرک (Dispatch Clerk) کی رہنمائی کی خاطر موڑنے کے نشانات (Fold Marks) تک چھپوا دیے جاتے ہیں۔ لفافہ میں دھڑکا استعمال ڈیزائنر پر ایک دوسرا کنٹرول ثابت ہوتا ہے۔ زیادہ تر لیئر ہیڈ لیئر پریس پر عمل (Letterpress Printed) ہوتے ہیں مگر آفیسٹ، سنک اسکرین، ڈاٹا پر پرنٹنگ، فوٹو اسٹیمپنگ اور بلاسٹنڈ ایسوسنگ بھی کوئی غیر معمولی نزاکت قرار نہیں دی جاسکتیں۔ اکثر خصوصی تاثیر پیدا کرنے کے لیے ان کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔

لیئر ہیڈ اور دیگر میٹیریل ڈیزائن کاری کرتے وقت

— فائلنگ (Filing) کے لیے بائیں جانب کم از کم 2.5 cm کی جگہ چھوڑ دیں۔

— "پریس رہنمائی کارڈ" کے الفاظ

— پاسٹ آفس کا نام

— پیچھے والے کا پتہ

لیئر ہیڈ (Letterheads)

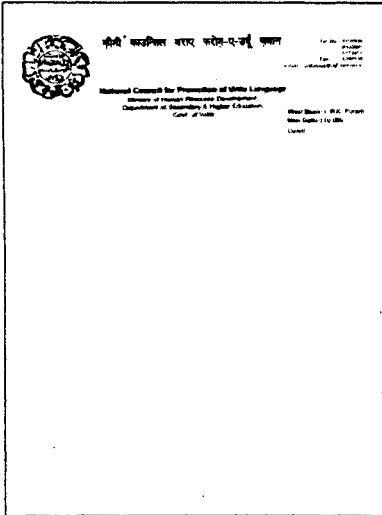
یہ ذاتی، ادارہ جاتی یا تجارتی خط و کتابت خریدنے کے لئے کاغذات ہوتے ہیں۔ ان کے دو مقاصد ہوتے ہیں:

- (1) پیچھے والے کی پہچان اور شبیہ ایجاد کرتے ہیں اور پیچھے والے شخص کی تجارت اور پیشہ سے متعلق عزت و توقیر میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس سبب ایسا موافق ماحول اور تاثیر پیدا ہوتا ہے جس سے دوسرے مندی بخشی ہے۔ اس طرح لیئر ہیڈ ایک خاموش سیلبرین (Silent Salesman) کا کردار ادا کرتا ہے۔

(2) پیچھے والے کو باہر پارچہ پانچ (ڈاک یا چار)، ٹیلی فون نمبر، ٹیلیکس کوڈ، وغیرہ لکھنے میں وقت ضائع نہیں کرتا۔ تاہم اس کے علاوہ کچھ موضوعوں پر ان خالی جگہوں میں خصوصی پینلمات بھی پیچھے جاسکتے ہیں۔

مراسلاتی کاغذ کے سب سے اوپر کے حصے پر عموماً کبھی کے نشان (Emblem) کا ایک مستقل ڈیزائن بنا ہوا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ موصول کنندہ کے نزدیک یہ ایک ایسا لفافہ ہوتا ہے جسے اس نے پہلی مرتبہ دیکھا ہے اور جو شکل و صورت میں ایک خط دکھائی دیتا ہے۔ اس طرح اس شخص پر پہلا تاثر مرتب ہوتا ہے، اس سے قرینہ اور استند کا اظہار بھی ہوتا ہے۔

اس کا ڈیزائن عناصر کے سادہ ترتیب پر مشتمل ہونا چاہیے۔ یہ ڈیزائن اکثر تسلی بخش ہوتا ہے۔ ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering) کے انتخاب سے تجارتی مشغلہ، استحکام، اعتماد (Integrity) اور خدمت وغیرہ سے متعلق شکل اور لطیف احساسات کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ نشان (Emblem) سے مذکورہ بالا خصوصیات کا زیادہ شدت سے اظہار ہوتا ہے۔ مطلوبہ شبیہ پیدا کرنے میں نشان کے ڈیزائن کے علاوہ مناسب ٹائپ اور رنگ سے بھی بڑی مدد ملتی ہے، عموماً ماسٹ ہیڈ (Masthead)، جسے لیئر ہیڈ سے بھی موسوم کیا جاتا ہے، کا ڈیزائن متوازن (Balanced) ہوتا

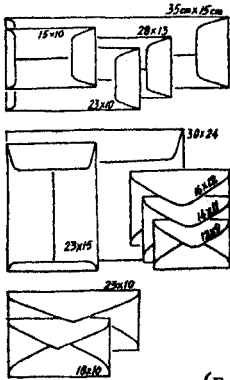


تقسیمات (Divisions) سب سے متبول ہیں۔

سائز	انچوں میں	میٹروں میں
1/4	$11 \times 8 \frac{1}{2}$	279×216
1/5	$10 \times 7 \frac{1}{2}$	254×190
1/6	$8 \frac{3}{4} \times 7 \frac{1}{2}$	222×184
1/8	$8 \frac{1}{2} \times 5 \frac{1}{2}$	216×140

میں الا قوامی سائز ہیں:

سائز	میٹروں میں
A4	297×210
A5	148×210
A6	138×105



لٹافے (Envelope)

خطوط اور دیگر ملوف اکا نذات (Enclosures) جیسے لیف لیٹ (Leaflets)، فولڈر (Folders)، جوبلی کارڈ وغیرہ کو پہنچانے کے لیے لٹافے تیار کیے جاتے ہیں۔ عام طور پر لٹافے سفید ہی ہوتے ہیں مگر رنگین، مثلاً اور کرافٹ پیپر سے تیار شدہ لٹافے بھی کوئی مجموعہ نہیں ہیں۔ لٹافوں کے معیاری سائز اوپر دکھائے گئے ہیں۔ ان مذکورہ بالا لٹافوں کے دیگر سائزوں کے لیے شرحیں لکھائی نہیں ہوئیں۔ ونڈو (Window) والے

حروف اور الفاظ کا درمیانی فاصلہ مقرر کرنے میں سوشیری برتیں۔

رنگ تجارتی پائیدار مل کے مناسب ہوں، بہت ہلکے نہ ہوں۔

سداہلی جانب لٹافیں نشان پیکان / لوگو (Logo) یا ٹریڈ مارک (Trademark) بنانے کو ترجیح دی جاسکتی ہے۔

حروف ٹائپ کرنے کے لیے آؤٹ اسٹائل کی رائے دی جانی

چاہیے۔ سوشیری کے ڈیزائن کے لیے یہ بات ذہن نشین رکھنی چاہیے

کہ ٹائپ رائٹر کی لائنوں کا فاصلہ ای۔ ایم۔ ایس (ems) یا ہاف

ای۔ ایم۔ ایس (Half ems) میں ہونا چاہیے۔

لیٹر ہیڈ اور سوشیری میں کام آنے والے کاغذ

سوشیری کے لیے باؤنڈ (Bonds) مثالی اسٹاک ثابت ہوتا ہے۔

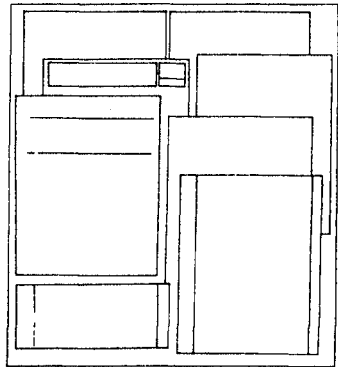
سفید رنگ کا کاغذ سب سے زیادہ متبول ہے، مگر اکثر و بیشتر میل شدہ میں رنگین

کاغذ کا بھی فیشن چلتا رہا ہے۔ اصل (Original) کے لیے نسبتاً ہماری قسم کا

کاغذ اور نقلوں (Copies) کے لیے ہلکا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈپلی کیٹ اور

ڈپلی کیٹ (Duplicate and Triplicate) چھانٹائی (Sorting) کرنے

کے کام میں آسانی کے پیش نظر ہلکے اوزان کے رنگین کاغذ متبول ہیں۔



سائزوں کے اسٹاک کی $457\text{mm} \times 584\text{mm}$ ($18'' \times 23''$)

سے کپٹی کا اسٹاکل مظلوم ہو جاتا ہے۔ بہت زیادہ ہو تو ایک نعرہ یا ایک سرفی بہت ہے لیکن یہ نعرہ یا سرفی شان دار اور سوزوں ہو۔

سرکلر اور لیٹ (Circular and Leaflets)

یہ ایک ورق سے بنے ہوئے ہوتے ہیں۔ ان کی تعداد بھی ایک یا کبھی ایک سے زیادہ ہوتی ہے۔ کبھی یہ الگ الگ ہوتے ہیں یا کبھی اسٹاپل (Staple) کر دیے جاتے ہیں۔ یہ عام طور پر خطوط کے ساتھ ہی نکلتی ہوتے ہیں اور ان کا مقصد مضمون میں اضافہ کرنا ہوتا ہے۔ ان میں تیار مال کا تذکرہ ہوتا ہے۔ یہ ان مضمون میں ہمہ گیر ہوتے ہیں کہ انھیں بلیک اینڈ وٹھانٹ، رنگین یا صرف سائیکلو اسٹاکل انداز میں چھاپا جاتا ہے۔ کاغذ سفید ہو سکتا ہے اور رنگین بھی۔

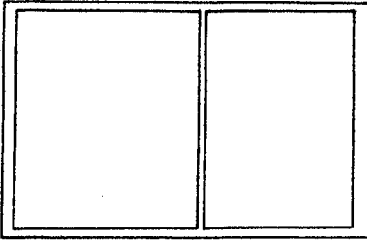
بہر حال ان سے ذاتی جذبات کی بونٹیں آتی یعنی یہ بونٹیں چھپائی جاتی ہیں۔ حتیٰ کہ ان سے خشک جو خط ہو تا ہے اس سے بھی اسی قسم کا تاثر پیدا ہوتا ہے۔

لفافوں میں دھڑ پر شفاف حفاظتی سیلو فین کی شیلڈ (Cellophane Protective Shield) لگی ہوئی ہوتی ہے۔ اس سے لفاظ پر پتہ کیسے میں گلے والا وقت نکلتا ہے۔

ڈیزائن کاری کرتے وقت پتہ دلی سٹ پر اوپری دائی جانب ڈاک ٹکٹ (Postage Stamps) چسپاں کرنے کے لیے جگہ چھوڑنا بھی ضروری ہوتا ہے۔ پتہ کیسے دلی جگہ سب سے نمایاں ہونی چاہیے۔

بھیجے والے کا نام اور پتہ اتنا نمایاں نہیں ہوتا (لیکن ہو تا ضرور ہے)۔ اس کا مقصد ڈاک ٹکٹ ملازمین کو غیر ترسیل شدہ خطوط بھیجے والے کو واپس لوٹانے میں آسانی بہم پہنچانا ہوتا ہے۔ کچھ مشہورین لفظانے کے ڈیزائن کو چھونے سے پوسٹر کا روپ عطا کر دیتے ہیں جو سراسر غیر مناسب ہے۔ ہاں اگر ہوا کے کسی خصوصی موقع پر عمدہ ڈیزائن والا لفاظ ہو تو بات دوسری ہے۔ اس سے بھیجے والے کی پہچان ہو جانی چاہیے۔ اس کام کے لیے ٹائپو گرافی میں مناسب ساز کی کوئی نشانی (Emblem)، ٹریڈ مارک کافی رہتا ہے جس

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)



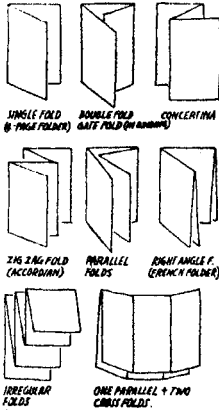
فولڈر (Folders)

یہ خط کے مقابلہ کم اور بک لیٹ (Booklet) کے مقابلہ زیادہ ذاتی ہوتے ہیں۔ یہ اس وقت چھپوائے جاتے ہیں جب پیغام خط سے بڑا ہو جائے مگر بک لیٹ، نقشہ یا چارٹ کے لیے چھوٹا رہ جائے۔ کچھ پیغام جیسے سیاحتی ادب (Tourist Literature) تو ایسے ہوتے ہیں جو صرف فولڈروں کے اسٹائل میں ہی چھپوائے جاتے ہیں۔

فولڈر کے ڈیزائن پر خصوصی توجہ دینے کی ضرورت ہوتی ہے۔ پیغام اس انداز میں مرتب کیا جاتا ہے کہ قاری سمجھ میں آتا چلا جائے اور اس بات کا دارومدار فولڈر کی تہوں پر ہوتا ہے یعنی جیسے جیسے فولڈر کھولتے چلے جائیں دیکھنے والی بیان ہوتی چلی جائے۔

آرٹ کا فنڈ کے موڈ اس انداز سے تشکیل دینا شروع کرتا ہے کہ پیغام کے مختلف حصے دلچسپ قاری اختیار کرتے چلے جائیں۔ کاغذ کے سازنوں کے علم سے کھائی ساز کا پتہ لگانے میں آسانی ہو جاتی ہے۔ فولڈروں کے لیے کوئی تعجب نسل تیار نہیں کیا جاتا۔ پہلے رف فل ساز کو فولڈر ڈیزائن کی ڈی (Dummy) کہا جاتا ہے۔

جامع فولڈروں (Comprehensive Folders) کی تیاری میں رف (Rough) لازمی طور پر رہنما بنات ہو تا ہے۔ اس میں عناصر کے ساز، شکل و صورت (دکھائی دینے کے انداز) اور لے آؤٹ کافی حد تک قیمتی دکھائی دینے چاہئیں۔ سامنے اور پشت کے حصے کو جامعیت بخشنے کے لیے انھیں علیحدہ علیحدہ تیار کیے جاسکتے ہیں اور پھر ایک دوسرے کی پشت سے پشت ملا کر چسپاں کیا جاسکتا ہے۔ اسے بورڈ پر چسپاں نہیں کیا جاتا کیونکہ گاہک آزمائش کے طور پر انھیں استعمال (بھی) کرنا چاہے گا۔ تیزی سے کھولے جانے والے فولڈروں اور نمونوں یا ترغیب دینے والی پلاسٹک یا لکڑی کی چیز کو اپنے اندر رکھنے والے چیز دانوں کو ایسے کارڈ پر چھاپنے کی ضرورت ہوتی ہے جو اتنا مضبوط اور سخت ہو کہ ملفوف (چپے) کی شکستہ برداشت کر سکے اور جس پر ڈائی پچنگ (Dye Punching) کرنے میں بھی سہولت ہو۔



کبھی کبھی جاپانی اور یوگائی کی طرح کی تہوں (The Japanese Origami Type of Folds) سے مطلوبہ ڈیزائن کی تدریس حاصل ہو جاتی ہیں۔ ڈیزائن میں ایک ایسی صلاحیت موجود ہو جس کی بدولت وہ گامہ کے ساتھ کاغذ میں

ہافتہ — دونوں یعنی سرورق اور اندرونی صفحات کے لیے — بہت زیادہ دستیاب ہیں۔ کاغذ سے حراج متعین کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس کی فنش (Finish) کے ذریعہ خاص احساس اجاگر کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر کام کے لیے فارمیٹ کا انتخاب کاغذ کے اسٹاک سائز کے کٹائی ترش (Economical Cut) سے کیا جاتا ہے۔ یہ ایک اہم بات ہے کہ منتخب فارمیٹ پیغام کے لیے پسندیدہ شیبہ (خروفت، اہل، دوار، موقع (Occasion) یا صرف سرت) اجاگر کرتا ہے۔ اس سے تجارت میں ایک خاص معیار بھی پیدا ہوتا ہے۔ اس میں تفصیلات دکھانے والی کافی بڑی تصاویر کی اجازت دی جانی چاہیے۔ 64 صفحات والی بک لٹ کا اس کے بیچ میں تاریخ ست کر کے سیا جاسکتا ہے۔ 200 صفحات تک کی بک لٹ میں پہلو کی سلائی (Side Stitch) کی جاسکتی ہے اور سرورق کو سب سے اوپر چسپاں کیا جاسکتا ہے۔ قلیل مدتی لٹریچر کے لیے سیکشن اسٹیک (Section Stitching) سے شذوذ وار عملی کام لیا جاتا ہے۔

کتابچے (Brochures)

ایسی چھوٹی کتابیں (Booklet) ہوتی ہیں جن میں تقریباً 16 صفحات ہوتے ہیں۔ ان کی نمائندگی قدر (Presentation Value) پیش رہا نوعیت کی ہوتی ہے، اکثر مسطور کن اور کبھی کبھی خوبصورت کھلو کی نمائندگی۔ پیج لے آؤٹ (Page layouts) بصری اتحاد (Visual Unity) کا بہت اہم جز ہوتا ہے جس کے لیے ڈیزائن کو پرکمال ترکیب سوچنی ہوتی ہے۔ دیگر ڈرائنگ ابلاغ میں دیے جانے والے اشتہارات کے جواب میں موصول ہونے والی فرمائشوں کے مطابق جواب میں عام طور پر کتابچے لغافوں میں رکھ کر ڈاک کے ذریعہ بھیج دیے جاتے ہیں۔

ابجدی فرد (Catalogues)

یہ فولڈر یا بک لٹ ہو سکتی ہے اور انھیں سیلف میلر کے طور پر یا لغافوں میں رکھ کر بھیجا جاسکتا ہے۔ حالانکہ ان کا اجرا دیگر موقعوں پر بھی عمل میں آسکتا ہے مگر یہ تیل آرڈر سے زیادہ وابستہ ہیں۔ ان کی نمایاں خصوصیات درج ذیل ہیں:

- (1) زیادہ تر حقیقی فوٹو گرافوں یا ڈرائنگوں سے مزین ہوتی ہیں۔
- (2) پروڈکشن کے متعلق تفصیلی معلومات اور ان کے فوائد درج

مطلوبہ فٹنس (Folds) اور ڈائی کٹ (Dye Cuts) کے نشان لگائے اور ہاندھنے کے ایسے طریقے اپنایا کر کے جو کچھ ڈیزائن کے ہیڈ انڈر عمل میں ہو۔

سیلف میلر (Self Mailers)

یہ ایسے فولڈر یا بک لٹ ہوتے ہیں جن کے ہر دونی صفحات میں سے ایک صفحہ کو پھیلنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ انھیں لانے لے جانے کے لیے کوئی لغافہ استعمال نہیں کیا جاتا (اسی لیے ان کا یہ نام پڑا ہے)۔ خصوصاً قسم کے ڈائی کٹنگ ڈیوائس (A Special Dye Cut Hooking Device) کے ذریعہ یا گوند بردار اسٹیکر (Gummed Sticker) کے ذریعہ عبوری طور پر کھولنے سے باز رکھا جاتا ہے۔ اس ضمن میں استعمال کیا جانے والا اسٹاک کاغذ بھی ہو سکتا ہے اور کارڈ بھی۔ اسی طرح ڈیزائن کاری کا دار و مدار بھی اس بات پر منحصر ہوتا ہے کہ فولڈر تکمیل دینا ہے یا بک لٹ۔

برلاسائڈ (Broadslides)

دو قیامت سائز (560mm × 890mm یا 430mm × 560mm) کے فولڈر کو برلاسائڈ کہتے ہیں۔ اسے کسی لغافہ میں رکھ کر یا بطور سیلف میلر ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجا جاسکتا ہے۔ اپنے جذبے کے باعث یہ ایک شاندار نقش مرتب کرتا ہے۔ اس خیال کے پیش نظر برلاسائڈ سے ڈاک ہم کا آغاز اور اختتام کرنا نہایت شاندار قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس کے ڈیزائن کو پوسٹر کے طور پر تصور کر کے اس پر بڑی بڑی تصاویر اور جھوٹا سائز ٹیب دینے والا پیغام چھاپا جاسکتا ہے۔

بک لٹ (Booklets)

بک لٹ کی ڈیزائن کاری اس لیے کی جاتی ہے کہ اس میں کوئی مضمون فولڈر سے زیادہ گہرائی و گیرائی سے پیش کیا جاسکے۔ اس میں قارئین کے بہت سے سوالوں کے جواب دیے ہوئے ہوتے ہیں۔ قاری اس سے ایک لمبے عرصے تک استفادہ کرتا ہے۔ جگہ (صفحات کی تعداد)، فارمیٹ (Format) کا انتخاب اور کاغذوں کی اقسام — مختلف اوزان، رنگ اور

ہوتے ہیں۔

ترجیب رکھی جاتی ہے، فن طبعات (Typography) اور لے آؤٹ گزڈ (Layout Grids) کو معیاری بنایا جاتا ہے..... پروڈکشن کی قدر و قیمت اور جرنل کی شبیہ سنوارنے کے لیے مذکورہ بالا باتوں کو ذہن میں رکھا جاتا ہے۔ مندرجہ ذیل قانونی شرائط پر عمل کیا جاتا ہے:

- (1) رجسٹریشن نمبر اسنے واضح طور پر لکھا جائے کہ محکمہ ڈاک کے ذمہ داران اسے بہ آسانی پڑھ سکیں۔
- (2) پہلی سالانہ اشاعت میں ملکیت سے متعلق بیان شائع کرنا ضروری ہے۔
- (3) ہر اشاعت میں پرنٹر اور پبلیشر کی پہچان (نام، پتہ) ضرور تحریر کرنا چاہیے۔

ہاؤس جرنل (House Journal)

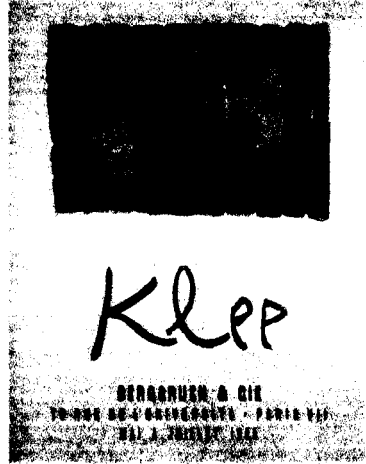
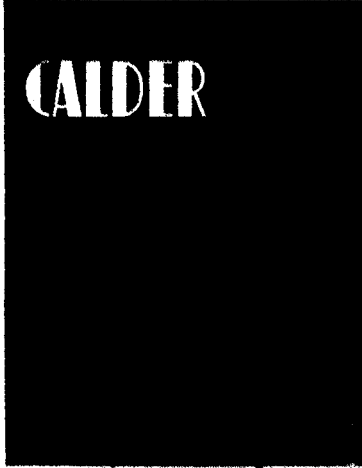
کسی کمپنی کے تمام ملازمین اور ممبران کے مابین بہتر سمجھ بوجھ پیدا کرنے اور اپنی سادہ بہتر بنانے کے لیے جب کوئی کمپنی ایک خاص مدت (ایک ماہ یا دو ماہ بعد) گزرنے پر جب کوئی سواد شائع کرنا کر تقسیم کرتی ہے تو اس مطلوبہ مواد کو ہاؤس جرنل، ہاؤس میگزین (House Magazine) یا نیوز لیٹر (Newsletter) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ کچھ کمپنیاں اس سلسلہ کا استعمال کمپنی سے متعلق مختلف طبقوں میں بہتر روابط قائم کرنے کے لیے بھی کرتی ہیں۔

اس کا مقبول عام سائز "11" x 8 1/2 x 279 mm یا A4 ہوتا ہے اور اس کے لیے لیٹر پریس پر تنگ پرڈیس ٹھیک رہتی ہے کیونکہ اس کی کاپیوں کی تعداد بہت زیادہ نہیں ہوتی۔ فوٹو گرافس ہمیشہ جردوں کو مستحکم بنانے کے لیے شائع کیے جاتے ہیں۔ اسی لیے طبعات میں کوئی نہ جگہ استعمال کیا جاتا ہے یا چھاپیٹیشن آرٹ (Imitation Art) کا۔ کچھ ایسی مثالیں بھی مل جاتی ہیں جہاں نیوز لیٹر کو نیوز پرنٹ پر نیپلوڈ (Tabloid) فارمیٹ میں طبع کر دیا گیا ہے۔ عام طور پر جرنل اور ہاؤس جرنل میں موجود جگہ مشترکین کو فروخت نہیں کیا جاتا۔ اس کے برعکس اسے ڈاک کے ذریعہ مفت بھیجا جاتا ہے یعنی اس طرح اس کا شمار ڈائریکٹ میل لٹریچر میں کیا جاسکتا ہے۔

جہاں تک اس کے ڈیزائن کاری کا سوال ہے تو یہ میگزین کی ہی طرح ہوتی ہے، اس کی شکل و صورت تشبیہات کی ٹائپ کے مطابق ہوتی ہے، سردی کا ڈیزائن افراریت کا حامل اور اس کا مطالعہ کرنے پر کسانے والا ہوتا ہے۔ اس میں باقاعدہ نوہیت کی چیزوں کے لیے مختص جگہوں میں ایک

- سلامتی ایسے سماجی اجتماعات جہاں پورا اسٹاف شریک ہوتا ہو جیسے جوہر، کلب، سال گرہ، شادی، اموات، صحت، حفاظت، معزز اور اعلیٰ عہدے داران کی بطور مہمان تشریف آوری، کنبہ اور بچوں سے متعلق پروگرام وغیرہ کے موقع پر تمام اسٹاف کی شرکت۔
 - تحفے: اپنے میں بہتری پیدا کرنے، کارکردگی میں بہتری لانے کی طرف راغب کرنے والے تعلیمی مضامین اور پروڈکٹ ریسیچ کے ذریعہ کی جانے والی ترقی سے متعلق مضامین وغیرہ۔
 - کارکردگی تشویق (Performance Motivation): جیسے مقابلے، انعام، ترقیاں (Promotions) اور یہ کہ دیگر شاخوں میں کیا ہو رہا ہے وغیرہ۔
 - اس میں ایک ایڈیٹوریل مضمون ہوتا ہے اور کسی کسی موقع پر کمپنی کے چیئرمین کی جانب سے پتیام بھی ہوتا ہے۔ خالی جگہوں کو پُر کرنے کے لیے مختلف چیزوں کی تفصیل اور لینے وغیرہ بھی ہو سکتے ہیں۔
- ایڈیٹر شپ کی ذمہ داری عموماً پبلک ریلیشن آفیسر (Public Relation Officer) پر عائد ہوتی ہے۔ پبلک ریلیشن آفیسر کی مدد تریل رٹ اسٹاف (Communication Oriented Staff) کرتا ہے جو کمپنی کی مختلف شاخوں سے وابستہ ہوتا ہے اور خبریں اور خیالات جمع کر کے پبلک ریلیشن آفیسر کی خدمت میں پیش کرتا ہے۔

پوسٹر (Posters)



شیشوں (Colour Plastic Sheets) پر تیار کیے ہوئے پوسٹرائیں،

— بسوں، لاریوں، ویبوں، ریلوں وغیرہ پر موبائل ڈسپلے (Mobile

Display) جو پلاٹینٹ کر دیے جاتے ہیں یا نمٹن پر چپے ہوئے ہوتے ہیں۔

یہ تمام کے تمام یاد دلانے والے اشتہارات (Recall

Advertisements) کہلاتے ہیں کیونکہ ناظرین تو حرکت میں ہوتے ہیں اور

شاذ و نادر ہی پیغام پڑھنے کے لیے رکتے ہیں۔ پوسٹر ناظر (Viewer) کو اس

تفصیلی اشتہار کی یاد دلاتا ہے جو دیگر ذرائع ابلاغ جیسے اخبار، میگزین، ڈائریکٹ

میل وغیرہ میں چھپ چکا ہوتا ہے۔ ہم اپنے مطالعہ کو کاغذ پر پھنپنے والے

اشتہارات تک ہی محدود رکھیں گے۔

آؤٹ ڈور اشتہار بازی (Outdoor Publicity)

آؤٹ ڈور اشتہار بازی کے لیے دیا جانے والا پیغام مندرجہ ذیل

شکلوں کا ہو سکتا ہے:

— گزری کے فریم پر تھے ہوئے کپڑے پر ہاتھ سے پینٹ کیا ہوا پیغام،

— نی آن سائن (Neon Sign) کے نظر فریب سائن بورڈ جن میں مختلف

رنگوں کی روشنیاں جھلکتی ہیں۔ یہ روشنیاں متحرک بھی ہو سکتی ہیں،

— کانڈ پریچے ہوئے پوسٹر،

— شاپ سائن (Shop Signs) — پینٹ شدہ سائن بورڈ یا نمٹن کی چادر

پر ایمیل حروف سازی (Enamel Lettering) یا رنگین پلاسٹک

دماغ طور پر معترف یک رخی تصویر (Silhouette) دیکھنے والے پر فوراً اثرات مرتب کرتی ہے۔ رنگوں سے منفویت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

(6) اگر پوسٹر کی تحریر کچھ میں نہ آئے تو یہ لیئرنگ کی وجہ سے نہیں ہوتا۔ یہاں لیے، تکثیف شدہ یا ضرورت سے زیادہ الفاظ مطلوب نہیں ہوتے بلکہ ہمیں منظر کی مخالفت میں الفاظ ایسے رنگ سے لکھے جائیں جو واضح طور پر نظر آجائیں۔ ایسا کیا جائے تو یہ کچھ میں آجائیں گے اور آسانی سے پڑھ لیے جائیں گے۔

مختلف سائز، مطابقت، استعمال

عام طور پر اشتہارات درج ذیل سائزوں میں چھاپے جاتے ہیں:
 وڈو کارڈ (Window Card) کے لیے:

15" x 20", 380 mm x 510 mm

اسٹریٹ لائٹ کسک (Street Light Kiosks) کے لیے:

30" x 40", 760 mm x 1016 mm

اسے سنگل شیت (Single Sheet) کہتے ہیں۔

چھوٹے ضرور کے لیے سائز: 20" x 30", 568 mm x 760 mm
 اسے نصف شیت (Half Sheet) کہتے ہیں۔

سکس شیت (Six Sheet) 6 شیتیں (Sheets) عکسہ و عکسہ چھاپے جاتے ہیں اور انھیں بعد میں چسپاں کرنے والا شخص نکال کر دیتا ہے

60" x 120" or 1520 mm x 3048 mm

ٹو شیت (Two Sheet) اور تری شیت (Three Sheet) بھی موزوں ہیں۔

ریلے کے کسک (Railway Kiosks) کے لیے سائز:

27" x 40", 685 mm x 1016 mm

پوسٹروں کو زیادہ تر آفیشٹ پروڈکس سے ہی چھاپا جاتا ہے اور ہمارے ملک میں سنیما انڈسٹری کے لیے یہ کام خاص طور پر کیا جاتا ہے۔

اسٹریٹ لائٹ پکٹ (Street Light Poles)، ریلے اور سنیما گھر کچھ ایسے نمائش (Display) مقامات ہوتے ہیں جو پوسٹروں کے معیاری سائز کے لیے موزوں رہتے ہیں۔

صارفین کے لیے اشیاء تیار کرنے والی صنعتیں، الیکشن لڑنے والی پارٹیاں، فورزم انڈسٹری (Tourism Industry) اور ثقافتی تنظیمیں پوسٹروں کو کم پینڈ پر اور چھوٹے سائز میں ہی چھپاتی ہیں۔

پوسٹر ڈیزائن (Poster Design)

جہاں آؤٹ ڈور ڈسپلے کے لیے لے آؤٹ کے تمام ضابطے عام ہوتے ہیں پوسٹر میڈیم کے لیے خصوصی طور پر کچھ شرائط عام ہوتی ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں:

(1) پہلی جانب قوجہ مہذول کرانے والا ہو۔ اس میں پڑنے کے لیے جلی حروف اور تصاویر موجود ہوں۔ 80% قوجہ گھیرا جاسکتا ہے۔ یہاں مفید قوجہ کی کچھ زیادہ اہمیت نہیں ہے۔ سمجھاتے ہوئے رنگوں کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جلال کلر کے مقابلہ ابتدائی اور چٹائی رنگ بہتر رہے ہیں اور قوجہ جذب کرانے کے مقام پر خاکسری (Greys)۔

(2) یہ اس طرح تیار کیا جائے کہ کلکد حد تک کم ترین وقت میں، یعنی 6 سیکنڈ سے بھی کم عرصہ میں پیغام پہنچانے کا کام انجام دے۔ سادگی اور راستی (Simplicity and Directness) کامیابی کا راز ہے۔ ایک واحد تصور کو ایک پوسٹر میں 6 الفاظ یا اس سے بھی کم الفاظ میں پیش کرنا واقعی اصل میں "تھڈ" قرار دیا جاسکتا ہے۔

اس طرح بظاہر پوسٹر میں تفصیلی عبارت یا بی بی کا پی (Body Copy) جیسی کوئی چیز نہیں ہوتی۔ اس میں صرف سرفنی، تصاویر اور معنی خیز علامت (برڈکٹ یا کچھ لوگوں کا پتہ یا ٹیلی فون نمبر) ہو سکتا ہے۔

(3) پوسٹر میں فوری طور پر پڑاؤٹ یا مدد خریدنے کی تحریک اجاگر کرنے کی خصوصیت موجود ہو۔

(4) یہ ناظر کو کسی اور ذرائع ابلاغ میں پیچھے ہونے تفصیلی پیغام کی یاد دہانی کراوے۔ اس لیے یہ بات اکثر دیکھنے میں آتی ہے کہ پوسٹر کی سرفنی، کاپی، تصاویر، رنگوں، لے آؤٹ وغیرہ کے عناصر دی ہوتے ہیں جو دیگر ذرائع ابلاغ کے ذریعہ کی جانے والی اشتہاری مہم میں استعمال کیے جاتے ہیں۔

(5) پوسٹر، پیغام کے دعوے کی توثیق کرتا ہے بشرطیکہ اس میں استعمال کی جانے والی تصاویر الفاظ سے زیادہ پوٹنسی ہوئی استعمال کی جائیں۔ فوٹو گرافی سے حقیقت کا اظہار بھی ہو جاتا ہے اور اس سے دعوے کی توثیق بھی ہو جاتی ہے۔

بھری طور پر پراثر بنانے کے لیے تصویر میں مبالغہ پیدا کر دیا جاتا ہے۔ اسٹاکس شدہ آرٹ کو جلی، فوٹو ایسی کچھ میں آجائے والی، جاذب نظر اور ترغیب دینے والی ہونی چاہیے۔ تجزیہ آرٹ (Abstract Art) کوئی مد نہیں کرتی۔

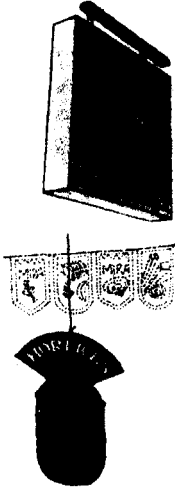
پانٹ آف پرجیز ڈسپلے (پی۔ او۔ پی) / پانٹ آف سل ڈسپلے

(Point of Purchase Display (P.O.P) / Point of Sale Display)



یہ نام ان نمائشوں کو دیا گیا ہے جنہیں کوئی فروخت کنندہ مارکیٹ میں منتقل کرتا ہے یعنی ایسی جگہ کہ جہاں پائس کے آس پاس چیزیں فروخت کی جارہی ہوں یا ان کی نمائش کی جارہی ہو۔ جیسے سیل کاؤنٹر (Sales Counters)، شو ونڈو (Show Windows)، نمائشوں کے داخلہ دروازے وغیرہ۔ ان نمائشوں کے ذریعے وہ پروڈکٹ کی فراہمی کی اطلاع لوگوں تک پہنچاتا ہے۔ ان کا اصل مقصد ناظرین کو براہ راست (Brand Image) سے آگاہ کرنا اور اسے دیکھ کر ابھرنے والی تحریک (تحریک خرید) پر ایسی بھ خریدنے پر مجبور کرنا ہوتا ہے۔ پانٹ آف پرجیز (Point of Purchase) یا نقطہ خرید اس آخری لمحہ کہتے ہیں جب کوئی فروخت کنندہ (Seller) کسی امکانی گاہک کو پروڈکٹ خریدنے کے لیے تیار کر لیتا ہے۔ پی۔ او۔ پی ڈسپلے کو دیکھ کر خریدار کو فوراً یاد آجاتا ہے کہ اس نے اس شے کا اشتہار کسی ذریعہ ابلاغ میں دیکھا ہے۔ اس کا یقین مزید پکا ہو جاتا ہے اور وہ اس چیز کو خرید لیتا ہے۔ اس وجہ سے بہتر یہ ہے کہ پی۔ او۔ پی ڈسپلے کی ڈیزائن کو مجموعی اشتہاری مہم سے جوڑ دیا جائے۔ اس کے لیے کچھ عناصر جیسے سرخی (Headline)، رنگ، تمثیلات، فنی معاونت (Typography) وغیرہ اور معنی نیز علامت (Signature) کو مشترک کرنا پڑتا ہے۔

ایک عمدہ پی۔ او۔ پی ڈسپلے جیسے کہ پوسٹر، بہت ہی مختصر سے حرم میں فروخت کی تجویز کو پیش کرتا ہے۔ تاہم آخری منٹ پر یقین دلائل دلانے کے لیے یہ ڈسپلے ناظرین کو کھڑا ہونے، پیغام پڑھنے اور ذرا اور تفصیل سے واقف ہونے کی زحمت بھی دیتا ہے۔ اس طرح متعارف کرانے اور شوق پیدار کرنے والی سرفی کے علاوہ (ڈسپلے میں) کچھ تصاویر بھی دی ہوئی ہوتی ہیں جو تفصیل بیان کرنے اور یقین دلانے والی ہوتی ہیں۔ اس کے علاوہ پروڈکٹ علامت یا نشان (Product Signature) کی ایک مختصر سی کاپی بھی ہوتی ہے۔ جس کے لیے صاف لکھائی بہت ہی اہم ہے تاکہ پیغام بخوبی پڑھ لیا جائے۔ اس طرح تصویر میں دکھائی جانے والی شے بھی واضح اور سادہ ہو تاکہ اس کا فوری اثر مرتب ہو۔



سب سے عام ہلی۔ او۔ ہلی تو بذات خود جگہ ہی ہوتا ہے۔ اس کے بعد نمبر آتا ہے سٹل کاؤنٹر ڈسپلے (Sales Counter Display)، شوکارڈ (Show Card)۔ یہ کاغذ پر چھپا ہوا ایک چھوٹا سا پوسٹر ہوتا ہے جو اسٹرابورڈ (Strawboard) پر نصب ہوتا ہے۔ اسٹرابورڈ کو اس کی پشت پر لگی ہوئی لک کے سہارے مناسب طور پر بڑھائے جاسکتے والے زاویہ پر کھڑا کیا جاسکتا ہے۔ اسے دیوار پر تاننے کا انتظام بھی ہوتا ہے۔ لیکن رولہ گیروں کی توجہ مبذول کرانے کے لیے بے شمار قسم کے اسٹیکرز (Stickers)، معنی خیز علامت، پوسٹر، ٹرانسپیرنسی (Transparencies) (یعنی چھٹ شدہ فلمیں اور شیشے جن پر پشت سے روشنی ڈالی جاتی ہے) اور سونے سے تحرک بنائے جانے والے ڈسپلے (Displays) وغیرہ کا استعمال کیا جا رہا ہے۔ آج کا ہلی۔ او۔ ہلی ڈیزائنر تصویروں، روشنی، رنگ، آواز، خوشبو، حرکت وغیرہ کو بروئے کار لاتا ہے۔ صاف ظاہر ہے کہ یہ کام ایک ایسا آرٹسٹ ہی انجام دے سکتا ہے جو گراؤنگ ڈیزائنرز سے زیادہ اہلیت رکھتا ہو۔ 'اوڈوپک سائن بورڈ' (Odopic Signboard) اوپر لٹکا ہوا آئینہ چھٹ شدہ غلامنا پلاسٹک (Oil Painted Vacuum-formed-plastic) کا ڈسپلے ہوتا ہے جس پر انجرواں نقش بنے ہوئے ہوتے ہیں۔

بائیں طرف ہلی۔ او۔ ہلی ڈسپلے دکھائے ہوئے ہیں۔ ان پر یا تو انجمل چرھا کر پکا دیا جاتا ہے یا گچی ہوئی ٹین کی چادر، پلاسٹک، کاغذ لپیڈ (laminated) سطحیں وغیرہ موجود ہو سکتی ہیں۔

بائیں طرف ایک گردش کرنے والا ڈسپلے دکھایا گیا ہے۔ ڈسپلے بوسل بنداشیا کے لیے ہوتا ہے۔ اس میں معلوماتی کتابچوں کے لیے جیب بھی بنی ہوئی ہوتی ہے۔ ٹریول ڈسپلے (Travel Display) تین تینوں والے کارٹونوں سے بنا ہوا ہوتا ہے۔ یہ آفیس سے چھپے ہوئے گتے کے ڈبے ہوتے ہیں۔



اوپر ایک شوکارڈ (گورا) اور اس کے برابر میں وال ریک (Wall Rack) دکھائی گئی ہے جو ہارکس ہنگر (Horlicks Hanger) ہے۔ اس کی پشت پر ایک اسٹریمر (Streamer) بھی لگا ہوا ہے۔ سب سے لو پر ایک ایکرائٹک بکس (Acrylic Box) دکھایا گیا ہے۔ اس میں روشنی کا انتظام ہوتا ہے۔ اسے داخلی دروازوں پر ٹانگ کر رات کو ڈسپلے کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

[illegible]

(Purpose) مقصد

ڈیزائن سے متعلق قابل لحاظ امور (Design Considerations)

چونکہ تیار شدہ خوردہ فروش الماریوں میں کہ کہ فروخت کرتا ہے اس لیے اس بات کے پیش نظر بینک اس قسم کا نوٹا جاریے جو فروخت کنندہ اور خریدہ روادوں کو اپنی جانب راضی کرنے والا ہو۔ دیکھتے ہیں مسئلہ آرائی کو دیکھیں میں کہ کہ ہر ایک فروخت کنندہ بینک کے ذریعہ سے زیادہ سے زیادہ کامد حاصل کرنا چاہتا ہے یعنی بینک کی وضع قطع، ساز، رنگ، گھاٹل، کھولنے کا طریقہ، استعمال میں سہولت، کیبل کے ذریعہ وغیرہ کی مدد سے صارف کی توجہ بینک شدہ شے کی جانب زیادہ سے زیادہ مبذول کرتا اور اپنے حریف کو مات دیتا ہو۔

● وضع قطع اور سائز (Shape and size): عام طور پر جو بکس بنائے جاتے

ایک خاص مدت گزرنے کے بعد پینک میں کام آنے والی شے بہر حال بے کار ہو جاتی ہے جسے تیزاب استعمال کرنے کے بعد پینک میں کام

یہ کم از کم ایک مینٹل پر ضرور درج کی جائے۔

(iv) استعمال سے متعلقہ دہلیات — اگر ممکن ہو تو وارنٹک بھی بشرطیکہ پروڈکٹ خطرناک قسم کا ہو۔ یہ باتیں عموماً لال رنگ سے مچھائی جاتی ہیں۔

(v) صنعت کار (Manufacturer) کی پچکان — فریڈ مارک، نام، پتہ۔

(vi) کچھ چیزوں پر انھیں تیار کرنے کی تاریخ اور ان کے خراب ہو جانے کی تاریخ لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

(vii) کچھ کپیاں پروڈکٹ کی قیمت لکھ ضروری سمجھتی ہیں۔

لے آؤٹ ڈیزائن کے اصولوں کو پہلی نظر میں دکھائی دے جانے والے حصوں پر نافذ کرنا چاہیے۔ ایک ہی وقت میں اس مرئی حصہ میں دو اطراف اور اوپر ہی رکھ دکھائی دے سکتی ہے۔

ایک دوسری قابل لحاظ چیز فربہ نظر (Optical Illusion) ہے۔ صحیح سمتوں میں خطوط بنا کر ڈبے کے کنارے میں عمودی یا افقی زور پیدا کیا جاسکتا ہے۔

کچھ صنعت کار ایسا بھی سوچتے ہیں کہ تیار شدہ چیزوں کے پورے سلسلے کے ڈیزائن میں کچھ باتیں مشترک ضرور ہونی چاہئیں اور یہ کہ انظر ابوی ٹیکسٹ کی علیحدہ علیحدہ پچکان ہونی چاہیے۔ جہاں تک مارکیٹنگ کا تعلق ہے تو دونوں کی ہی اپنی اپنی فرمیں بھی ہیں اور خامیاں بھی۔ تاہم ڈیزائن کو منسوب کی جانب سے ہوشیار رہنا چاہیے تاکہ اگر ضروری ہو تو وضع قطع سے متعلق تبدیلیوں سے نمٹ سکے۔

● رنگ: ہینٹ پر رکے پینٹنگ کو جلاب نظر بنانے یعنی ہینٹ اہل کے لیے رنگ کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ ہلر کیلے رنگ (Bright Colour) اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کرتے ہیں۔ زیادہ تر دم صاف رنگ (Soft Pastel Colour) ایسے ہوتے ہیں جو صوفیانہ اور پراثر ہوتے ہیں۔ کچھ رنگ غور توں پر، تو کچھ مردوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اس لیے رنگوں کا انتخاب کرنے سے قبل اس پر غور کر لیا جائے کہ اس شے کو کون استعمال کرے گا۔ زیادہ تر مستورات ہی خرید لیا کرتی ہیں اس لیے ان کی پسند کے رنگ کو فیتہ دی جانی چاہیے۔ کچھ رنگ ایسے ہوتے ہیں کہ اندرون روشنی (Indoor Light) میں بھی دھندلا جاتے ہیں جبکہ چند ایک اس وقت دھندلا جاتے ہیں جب پینٹنگ کو کھڑکیوں میں

جہاں ان میں مستطیل نما قی اور عمودی دھجرائیں ہوتی ہیں۔ سب سے اوپر کی طرف، عموماً ڈھکن ہوتا ہے۔ یہ سب سے آسانی سے تیار ہو جاتے ہیں اور سب سے مضبوط بھی رہتے ہیں اور بڑے کارکنوں میں اس خوبی سے سہا جاتے ہیں کہ ان میں (کارکنوں میں) ذخرا ای بھی جگہ سہ کار نہیں جاتی اور بڑی تعداد میں انھیں اوپر سے اوپر لے جایا بھی جاسکتا ہے۔

گول پینڈے والے چیز دانوں میں مسلسل قسم کا گول عمودی مینٹل ہوتا ہے اور انھیں تیار کرنے کے لیے خصوصی مینو فیکچرنگ ٹیکنیکوں کا استعمال کرنا ہوتا ہے، ہشت پہلو اور شش پہلو (Octagonal اور Hexagonal) ٹیکنیک بھی بازار میں دکھائی دے جاتے ہیں مگر شہدادار۔

بکس (ڈبہ کی) وضع قطع اور ساز اس قسم کا ہو کہ اس میں پروڈکٹ بخوبی سہا جائے۔ اگر ضروری ہو تو ڈبہ میں رکھنے سے قبل پروڈکٹ کو کسی مناسب چیز سے تیار کردہ چیز دان میں جمع مختلف لڑچکر رکھا جائے۔ ڈھکن کھولے اور بند کرنے کا کام سیدھا سادا ہو (جسیدہ نہ ہو)۔

پہلے وہ اونچائی اور قتی کے ساتھ پر مبنی ہونے کا تحتہ یا مہمید (Temple) تراشتا ہے اور اسے ڈیزائن کاری میں آسانی کے پیش نظر چپنا رہنے دیتا ہے۔

● لے آؤٹ (layout): ڈیزائن کی تقارگی سے متعلق سب سے اہم بات یہ ہے کہ اس میں جاتی قدر (Attraction Value) موجود ہوئی ہی چاہیے۔ اس سے علاوہ اس پر ایک نگہ ڈالنے ہی یہ پتہ چل جائے کہ اس میں کیا چیز پیک کی گئی ہے (رنگ ممکن ہو تو اس چیز کے فائدے بھی معلوم ہو جائے چاہئیں)، چاہے یہ پیک ہینٹ پر آکھوں کی سطح پر، آکھوں کی سطح سے اوپر یا پھر کبھی کی اونچائی پر رکھا ہو۔

ڈبہ پر عام طور پر جو اطلاعات فراہم کر لی جاتی ہیں وہ یہ ہیں:

(i) پروڈکٹ کا براڈ نیم (Brand Name) — اسے، ترجیحاً تمام جھٹوں پر سب سے اونچا لکھنا چاہیے۔

(ii) تصویریں — اس میں پروڈکٹ اور اس سے متعلق یہ دکھایا جاسکتا ہے کہ وہ کیسے استعمال کیا جاتا ہے اور اس کے استعمال کرنے سے کیا کیا فائدے حاصل ہوتے ہیں۔

(iii) 1717 اے ترکیبی، مقدار، کوالبی، فوائد وغیرہ سے متعلق تفصیلی معلومات۔

(دھپ میں لڑکھ کر کھا دیا جاتا ہے۔ بہر حال اس سے بچنا چاہیے۔
مندرجہ ذیل حالات میں تہہ پٹی ضروری ہو جاتی ہے۔ اس کا تعلق بہر حال
فردیت میں اضافہ سے ہوتا ہے۔

- جب کہ حریفوں کی پیکنگ کے ڈیزائن بہتر ہو گئے ہوں۔
- موجودہ ڈیزائن پرانا ہو گیا ہو۔
- مال اور ڈیزائن میں ٹھنکنی ترقی کے سبب جمالیاتی اور معاشی طور پر
بہتری لانے کے امکانات بڑھ گئے ہوں۔
- کبھی کسی دوسری کمپنی میں فہم ہو گئی ہو یا دیگر لوگوں کے ہاتھوں میں
پہنچی گئی ہو۔ نئے منتظمین یہ سوچے ہوں کہ پیکنگ کے ڈیزائن کی تبدیلی
سے ان کی شہرہ سدر چلے جائے گی، یا موجودہ بازار کو ہاتھ سے نہ جانے
دے دیں اور خوردہ فروشوں، گاہکوں کو مال خریدنے پر تیار کرنے میں
ہونے والی پریشانی کم کرنے کے مد نظر یہ سوچ کر تہہ پٹی لانا چاہیے کہ
نئی وضع قطع میں جگہ پرانی پیمان (رنگ، طاعت یا کچھ بنیادی نقوش یا
پرانی پیکنگ سے مشابہت) بھی برقرار رہے گی اور گاہکوں کو بھی زیادہ
رافٹ کیا جاسکے گا۔ کیونکہ شکل و صورت اور نام میں بہت زیادہ تبدیلی
لانے اور پھر اسے مقبول کرنے پر بھاری اخراجات برداشت کرنے
پڑیں گے۔

لیبل (Label)

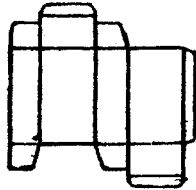
لیبل کا خاص کام پروڈکٹ سے متعلق معلومات پہنچانا ہوتا ہے اور
یہ چیز (معلومات) پیکنگ کا ایک ضروری حصہ ہوتی ہے۔ اس کام کو انجام
دینے کے لیے ٹگ (Tag) یا سٹیکر (Sticker) کا بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔
یا پھر یہ معلومات بذات خود درج دوان پر کندہ ہو سکتی ہے۔ مگر لا محالہ طور پر
ایسا ہوتا ہے کہ صارفین اور کنڈر گاہک جب اس کا قریب سے معائنہ کرتے
ہیں تو یہ چیز مقبولیت میں اضافہ کا سبب بن جاتی ہے۔ ڈیزائنر اس بات سے
آگاہ ہوتا ہے اور وہ اسے خریدنے کی خواہش کو اجاگر کرنے والا اثر پیدا کرنے
کی کوشش کرتا ہے۔ ذیل میں زیادہ تر لیبلوں سے متعلق مخصوص معلومات کا
ذکر کیا گیا ہے:

(i) پروڈکٹ کا برانڈ نام (Brand Name of the Product)۔

(ii) ٹھنکنی تفصیل — اجزاء کی ترکیب، ترکیب،



اور دوائیں طرف دکھانے کے ڈب کے مقابلہ بائیں طرف دکھاوا
ڈب نہایت دلچسپ نظر آ رہا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ عمودی اور افقی خطوط کے
باعث قریب نظر پیدا ہو گیا ہے۔



اور 3-D ڈب پہنے میلمیل سے تیار کیا گیا ہے (نئے ہاس بورڈ پر
چھاپنے کے بعد کھنچ کر دیا گیا ہے اور اسے ڈب کے قریب ہی دکھایا گیا ہے)۔ کھنچ
میں کام آنے والے مختلف قسم کے سامان کی تعداد میں ہمیشہ ہی اضافہ ہوتا
رہتا ہے۔

کھنچ ڈیزائن میں (ہونے والی) تبدیلی

(Change in Package Design)

کھنچ کا ڈیزائن وقتاً فوقتاً تبدیل ہو جانے والی چیز نہیں ہوتی لیکن

ہنے گی۔ لیکن ان کا ذخیرہ کرتے وقت ہوشیاری برتنے کی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ زیادہ نمی سے لیبل خراب بھی ہو سکتے ہیں۔ کوالٹی پر تکیہ ہونے کے مطلوبہ نشانات پیدا کرنے کے لیے پیرگلس انک (SuperglossInks)، فوکل اسٹامپنگ (Foil Stampings)، بلائیٹنگ (Blind Embossing)، ڈائی کٹنگ (Dye Cutting)، خصوصی چمک دار روایت شدہ کاغذوں (Textured Papers) پر انجمنوں کو چھاپی کر چاہیے عام بات ہے۔ پرنٹنگ مشین پر دبا کر کے کے لیے لیبلوں کو ایک ہی صفحہ پر بہت سی تعداد میں چھاپا جاتا ہے۔ اس کے لیے یا تو آرٹ ورک (Art Works) کی کسی کارڈ پر لایا جاتا ہے (یہ ترکیب عام طور پر لائن آرٹ کے لیے بروئے کار لائی جاتی ہے) یا پھر ایک لیبل کے ماسٹر آرٹ ورک (جس میں کثیر رنگ آرٹ موجود ہو) کو اتنی مرتبہ دہرایا جاتا ہے جتنی مرتبہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے اسٹیپ اینڈ ریپیٹ مشین (Step and Repeat Machine) استعمال کرنے کے لیے کام میں آنے والے فرمے (Forme) درکار ہوں۔ پرنٹنگ پروسس کا دار و مدار مطلوبہ پرنٹنگ کی مقدار اور ماپیت (Quantity and Quality) پر ہوتا ہے۔ لیبل ایسے کاغذ پر بھی چھاپے جاتے ہیں جن پر:

(a) حر موپلاسٹ ایلی میز (Thermoplast Adhesives) چمے ہوں۔ صرف پشت پر سے ایک مرتبہ گرم کر دینے پر چپکنے والی شے (Adhesives) سے چمک جاتی ہو۔

(b) دبا حساس ایلی میز (Pressure Sensitive Adhesives) بھی موجود ہوتے ہیں۔ جب لیبل چسپاں کرنا ہوتا ہے تو حلقی لیپینٹ (Protective Laminates) اتار دیا جاتا ہے۔ لیبلوں میں تبدیلی لاتا خطرناک ہوتا ہے کیونکہ صدیقہ میں اس قسم کی تبدیلیوں سے تاخیر گواہی پیدا ہو جاتی ہے۔ اگر ضروری ہو جائے تو یہ کام درمہانی سطحوں کے ذریعہ انجام دیا جائے اور ایک دم یا شدید قسم کی تبدیلیاں کرنے سے احتیاط کیا جائے۔

(iii) مقدار۔ وزن کے حساب سے، حجم کے حساب سے یا تعداد کے حساب سے۔

(iv) معنی خیز نشان یا علامت (Signature or Logo)۔ فروخت کرنے والے کا فریڈ نام، فریڈ مارک اور پتہ۔

(v) دوا ساز سے متعلق (Pharmaceutical) لیبلوں پر اکثر یہ بھی درج ہوتا ہے۔ علامات برائے استعمال، ہدایات برائے استعمال، خوراک اور فائدے۔ دوا استعمال کرنے والے یہ باتیں جانتا چاہے ہیں۔

(vi) اگر کچھ اشیاء ہر پٹی ہوں یا اس کے استعمال سے بعد میں کچھ خطرناک اثرات مرتب ہو سکتے ہوں تو قانون کی رو سے وارننگ درج کرنا بھی ضروری ہے۔

(vii) اگر پینٹنگ میں خوردنی اشیاء یا مشروبات ہوں تو لیبل پر انھیں محفوظ رکھنے میں کام آنے والی اشیاء (Preservatives) اور خوشبو پیدا کرنے والی اشیاء کا نام لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

چھوٹے لیبلوں کے لیے لیبل (Label) چھوٹے سائز کا ایک گرافک ڈیزائن ہوتا ہے۔ ٹائپ چھوٹی ہوتی ہے۔ ایسی مین ٹائپ سسٹمز سیرنس (Sans - serifs) کہ جن کے ٹیس کیلے (Open Faces) ہوں اور جو آسانی سے پڑے اور دکھائی دے سکیں۔ چھوٹی سی جگہ میں سمجھنے دینے کے لیے اور جس میں تصاویر اور تھیمات چھوٹے سائز کی ہوں۔ سرفیس (Surfaces) کے گرد لیبل کے مرئی حصہ (Visible Part) سے مدد بندی کر دی جاتی ہے۔ اس قسم کے رنگ استعمال کیے جاتے ہیں جن سے معلومات میں کنٹراسٹ (Contrast) بھی پیدا ہو جائے اور توجہ اور اثر بھی۔

زیادہ تر لیبل کر دمو پپر (Chromo Paper) پر چھاپے جاتے ہیں، کوئیڈ سائڈ (Coated Side) ہاف ٹون میں بھی پرنٹ ہوگی اور غیر کوئیڈ (Uncoated) سائڈ پر ایلی میز (Adhesive) لگایا جائے گا۔ پہلے سے ہی گوند لگے لیبلوں کے استعمال سے لیبل چسپاں کرنے کے میکانیکی پروسس کی کارکردگی بڑھ جائے گی (چسپاں کرنے کے لیے صرف پانی کی ہی ضرورت

ٹریڈ مارک (Trade Mark)



انہیں سے دائیں ڈائراکٹ سے ٹریڈ مارک کی ایکسٹراکشن ہوتا ہے۔ مونوگرام (ایک دوسرے میں پیوست حروف
(Interlaced Letters)، کوٹ آف آرمس (Coat of Arms)، والٹر مارک (Water Mark) اور کھینچی کے
ابتدائی حروف C اور M سے عہدہ دکھایا گیا ہے۔

طویل مدتی ڈیزائن (Long Term Design)

جسے صنعت کار (Manufacturer) پروڈکٹ کو فروخت کرنے کے لیے
استعمال کرتا ہے۔ جیسے ایسا ٹائل سٹیل سائیکل ایسٹ (Acetyl Salicylic
Acid) کے لیے "اسپرڈ" (ASPRO)، ہائڈرو جینٹل سوکھ پھلی کے تیل
(Hydrogenated Groundnut Oil) کے لیے "ڈالڈا" (DALDA)
وغیرہ۔ براہ راست تجارتی نام کے استعمال سے براہ راست کسی خاص جنس سے
موسم (Generic) نہیں ہوتا جیسے کہ سیلفون اور قمر (Cellophane
and Thermos) ہو گئے جو اصل میں براہ نام (Brand Names) تھے۔
ٹریڈ نیم / تجارتی نام (Trade Name): تجارتی نام کا تعلق کسی کھینچی سے
ہوتا ہے۔ براہ راست کسی ٹریڈ نیم سے بھی نکل سکتا ہے جیسے سہارول
(Cibazol)، گودر (Godrej) وغیرہ۔

لوگو ٹائپ (Logotype): یہ ٹائپ یا دست ذرا رنگ سے بنے ہوئے الفاظ
ہوتے ہیں جو کسی پروڈکٹ یا کھینچی کے لیے تشکیل دیے جاتے ہیں۔ انھیں اسی
ڈیزائن میں استعمال کیا جاتا ہے جیسے سائزنگ بھی ہو۔

ٹریڈ مارک (Trade Mark): یہ کسی کھینچی یا پروڈکٹ کو انفرادیت عطا
کرنے کی ترکیب ہے۔ یہ کسی لفظ، نام یا تصویر کی علامت یا دونوں کا مجموعہ
ہوتا ہے۔

نشان، علامت یا عہدہ کا نشان (Emblem or Insignia): بھری
ترکیب (Visual Device) یعنی ٹریڈ مارک کی کسی ایک قسم کو دیا جانے والا
نام ہوتا ہے۔ غیر منافع بخش تنظیم (Non-profit Organisation) انہی

مقصد فروخت کے حصول کے لیے اشتہاری مہم کے دوران
زیادہ تر اخراجات اور میگزین کے اشتہارات سے عوام پر سب سے زیادہ اثرات
مرتب ہوتے ہیں۔ مگر فروخت پر اثرات ختم ہوتے چلے جاتے ہیں۔ حتیٰ کہ
مگر دوبارہ نئی مہم شروع کی جاتی ہے اور مگر از سر نو اثرات مرتب ہوتے ہیں۔
اپنے حوالہ جاتی مولو کی وجہ سے کچھ کتابچوں اور فولڈروں کو نسبتاً کچھ زیادہ
عرصہ تک کام میں لایا جاسکتا ہے مگر ڈیزائن کے کچھ علاقے ایسے بھی ہوتے
ہیں جو مشتری بہت لمبے عرصہ تک اور مستحکم انداز میں خدمات انجام دیتے
رہتے ہیں جیسے کہ ٹریڈ مارک، بک جلیفٹ، ریکارڈ کور (Record Covers)،
لیبلز، لیبل (Labels) وغیرہ۔ ان تمام میں ٹریڈ مارک خصوصی مہم کا
طالب ہوتا ہے کیونکہ اس میں پیغام کے عمومی عناصر موجود نہیں ہوتے مگر
اس کے علاوہ بھی یہ اشیاء کو ان کے ساتھ ساتھ اس کی پہچان کا پیغام اجاگر
کرتا ہے۔ آئیے اس ضمن میں استعمال کی جانے والی کچھ تقریروں کی جانچ
پڑھ کر لیں۔

علامت (Symbol): یہ ایک تجزیہ تصویر / شکل (Abstract
Illustration) ہوتی ہے جو کسی حرکت (جیسا یون کو صلیب (Crosa)،
جھنڈے وغیرہ) یا کسی حکیم (الفاظ اور حروف جملہ شامل ہیں جیسے
A.I.F.M.P., UNESCO) وغیرہ کو ظاہر کرتی ہے۔

براہ نام (Brand Name): براہ نام کسی پروڈکٹ یا تجارتی نام ہوتا ہے

پہچان کے لیے اس علامت کو استعمال کرتی ہے۔

ٹریڈ کیئرکٹر (Trade Characters): یہ جانوروں، انسانوں، پرندوں اور دیگر جاندار اشیا کی شکل والی ایسی علامتیں ہوتی ہیں جو کھپنی یا پروڈکٹ سے منسلک کی جاتی ہیں۔ جیسے ایڑاٹھپاکے لیے مہاراجہ (علامت)۔ یہ یادداشت پر بہتر طور پر اثر انداز ہوتی ہیں اور اس طرح شہر کے لیے ایک طرح کے دستخط کی طرح کام کر دیتے ہیں۔

واٹر مارک (Water Mark): یہ ایسا نشان ہوتا ہے جسے کاغذ کے صنعت کار اپنے تیار مال کی پہچان کرنے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

تصدیق اسرٹیفیکیشن مارک (Certification Mark): تصدیق بر (Approval Seal) دہلی ترکیب کسی تنظیم کے ذریعہ استعمال کی جاتی ہے۔ اس سے پروڈکٹ کی پینڈیگی کا اظہار ہوتا ہے جیسے آگ مارک (Agmark)، ISI مارک وغیرہ۔

کوٹ آف آرمز (Coat of Arms): اس کا تعلق راجاؤں، مہاراجاؤں کے رنڈے سے تھا۔ اس سے شان و شوکت اور اقتدار کا اظہار ہوتا ہے۔ یہ ان کے گھرانے اور شاہی سلسلے کی علامت ہوتی تھی۔

ٹریڈ مارک کے فائدے

(Advantages of a Trade Mark)

ذکر کردہ بالا نشانات / علامات کے استعمال سے مندرجہ ذیل فائدے ہوتے ہیں:

- (1) اس سے یہ پتہ چلتا ہے کہ تیار شدہ اشیاء واقعی اسی اصل گھرانے سے تعلق رکھتی ہیں جس کی علامت ان پر ثبت ہے۔
- (2) خریدنے والے کو یہ یقین دہانی ہو جاتی ہے کہ پروڈکٹ اور اس کی کوالٹی میں ہم آہنگی ہوگی۔
- (3) ٹریڈ مارک سے مالک کا ایڈورٹائزمنٹ ہوتا ہے اور خریدنے والا اس سے کوئی بھی منسلک سمجھتا ہے۔

ہم ٹریڈ مارک کا مطالعہ کریں گے جو کم و بیش تمام دیگر علامات کے مطالعہ کی بنیاد قرار دیا جاسکے۔ بنیادی طور پر ٹریڈ مارک ایک پہچان کی نشانی ہوتا ہے اور کھپنی کے ہاؤس پروگرام (House Programme) میں ایک

بہت اہم مقام کا حامل ہوتا ہے۔

اس کے لیے ایک خاص نام رہنا چاہیے۔ مگر کون سا نام؟ ذیل میں چند سوالات سے اس کا جواب مل جائے گا:

— یہ (نام) کس بات کا چھوڑا؟

— کیا اس نے اپنی انفرادیت حاصل کر لی ہے یا دیگر پروڈکٹ یا کھپنی کی یاد دلاتا ہے؟

— اس نام کا تلفظ آسان ہے یا مشکل؟

— علامت کے بعد یہ کیسا نظر آتا ہے؟

— کیا اس کا کردار انفرادی ہے؟

— کیا مسیاری ٹائپ فیس سے کام چل جائے گا یا اس کے لیے خصوصی لٹریٹاشنل یا لوگو ٹائپ کی ضرورت درپیش آئے گی؟

— کیا لوگو ٹائپ میں کافی وزن (ڈیوٹی) موجود ہے یا کیا اسے تصویر مرکزی خیال (Pictorial Motif) کی شراکت داری درکار ہوگی؟

— کیا تصویر مرکزی خیال ٹائپ گرائی سے ہم آہنگ ہو جاتا ہے؟

ذکر کردہ بالا بحث و مباحث کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ یا تو لوگو ٹائپ یا علامت یا دونوں کا مجموعہ مطلوب ہوتا ہے۔ علامات (Symbols) الفاظ سے زیادہ بولتی ہیں، غلط تفسیر (Misinterpretation) کی طرف کم مائل اور سچا ہوتی ہیں۔

محمد ٹریڈ مارک ڈیزائن کی خصوصیات

(Qualities of a Good Trade Mark Design)

- (1) اس سلسلہ میں سب سے اہم نکتہ جو ذہن نشین رکھنا چاہیے وہ یہ ہے کہ ڈیزائن پر جب بھی نگاہ پڑے تب ہی کھپنی یا پروڈکٹ کی شبیہ نظروں کے سامنے آجائے۔ یہ ایسا ہو کہ عوام اس سے آگاہ جاسکیں۔ ڈیزائن کی تبدیلی کے لیے اس کو فروغ دینے والی کوششیں کرنی پڑتی ہیں اور اس کے لیے بہت زیادہ رقم (خرچہ کرنے) کی ضرورت ہوتی ہے۔
- (2) اس سے نہایت قوی انفرادی پہچان اجاگر ہونی چاہیے تاکہ ناظرین کے ذہنوں میں کسی قسم کی غلط فہمیاں نہ ہونے پائے۔

(Old Time Motif) کی بنیاد تقویت کا باعث (بگنی) ہے۔

- رنگ: ڈیزائن میں جوں جوں رنگوں کی تعداد بڑھتی جاتی ہے دینے دینے طہاعت پر آنے والی لاگت میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک رنگ والے ڈیزائن مثالی ہوتے ہیں، یعنی طہاعت کرانے پر سب سے سستے اور عموماً زیادہ شیخ (Punch) والے ہوتے ہیں۔ اکثر کوئی کھینچی ایک سے زیادہ رنگوں والے فریڈ مارک کے علاوہ خط و کتابت میں ایک رنگ فریڈ مارک استعمال کرتی ہے۔

لفظ اور علامت (Word and Symbol) کی ملی جلی شکل زیادہ متاثر کن ہوتی ہے کیونکہ دیکھنے والے کو زیادہ مکمل تصور کا احساس ہوتا ہے۔ لیکن جگہ کی کمی کے باعث صرف مرئی علامت (Visual Device) استعمال کیا جاسکتا ہے۔

- یہ ایک ایسی امر مرئی آلہ ہے جسے کھینچی مراحل میں استعمال کیا جاتا ہے اس لیے ڈیزائنر اور گاہک کے درمیان فریڈ مارک سے متعلق سوچی جبار کرنے میں (اکثر) کسی کئی گالگ جاتے ہیں اور پھر کہیں جاکر اس ضمن میں فیصلہ ہوتا ہے۔ دسیوں اسکیٹچیں (Sketches) بھیجے جاتے ہیں۔ پہلی طلاقات میں صرف اجزائے ترکیبی (Compositions) پر اتفاق ہوتا ہے۔ پھر الفاظ اور علامت میں تبدیلیاں کی جاتی ہیں۔ اس ضمن میں سادگی، سچان اور کیریکٹر کو نمایاں حد و خال (Salient Features) قرار دیا جاسکتا ہے۔ آخری پسند کو نہایت احتیاط سے تیار کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد ردی پر دوڑکن میں وضاحت اور دیکھنے پر خوشنما لکھنے والے فریڈ مارک کے لیے اس کے چھوٹے بڑے سائز کو چیک کرتا ہوتا ہے۔ اس طرح چھان بین کے دوران کچھ تبدیلیاں اور تغیرات کیے جاسکتے ہیں، اس کے بعد مرئی کارڈز کے پس منظر میں ماسٹر ڈیزائن تیار کیا جاتا ہے تاکہ ڈیزائن کے مختلف اجزائے ترکیبی میں نسبتوں کا پتہ چل جائے۔ پھر اس کی ایک کاپی بلور نقل (Copy) کھینچی کے مشترک پہچان پر دوگرام (Corporate Identity Programme) کے طور پر طبع کرائی جاتی ہے۔

(3) کھینچی کی خواہش یہ ہوتی ہے کہ شہرت اور بڑی خیالات پیدا کیے جائیں۔ اس فریڈ مارک ڈیزائن سے یہ کام ہو جاتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی آسان ہے۔

(4) فریڈ مارک یا نشانی، عملاً ہر ایک بصری ذرائع ابلاغ میں موجود پیغام سے منسلک رہتا ہے۔ اس کے علاوہ ٹیکنگ، لیبل (Labels)، بذات خود پروڈکٹ پر، فرکوں اور بلڈنگوں وغیرہ پر بھی دکھائی دے جاتا ہے۔ اسے ان اندر راحت (Items) کی تیاری میں طوٹ قواعد کی جمالیات سے میل بھی کھاتا چاہیے۔ اس میں پرنٹ ہونے، کندہ ہونے یا مینوفیکچر (Manufacture) ہونے کی اہلیت ہونی چاہیے۔

(5) یہ بہت چھوٹے سائز میں بھی ظاہر کیا جاسکتا ہے اور بہت بڑے سائز میں بھی۔ اسے پورے سلسلہ (Range) میں مرعوب کن دکھائی دینا چاہیے اور جب اسے چھوٹا کیا جائے تو اس کا کوئی حصہ بھی ٹوٹ نہ جاتا چاہیے اور جب اسے چھوٹا کیا جائے تو اس کے ٹکڑے (Counters) بھر جانے چاہئیں۔ (6) ڈیزائن تو کھینچی کے معنی غیر نشان (دھچکا) کی طرح کام کرتا ہے۔ ڈیزائن سے کوئی الٹی، خدمت، اتھارہ کے قصورات وابستہ ہوتے ہیں۔ ڈیزائن کو اس قسم کی خصوصیات کا محاسن ہو نا چاہیے جیسے معقول اور خوش نما لیکن چھوٹے چھوٹے بلادج کے خطوط نشانہات سے پاک ہو۔ (7) اس میں وسیع اور سلیس تو فیض کی اہلیت موجود ہونی چاہیے۔

ڈیزائن کا رندرنگ (Rendering the Design)

کم از کم نام کی جانچ کر لی جائے کہیں ایسا تو نہیں کہ یہ نام کسی اور نے بھی اس سے قبل رجسٹر کر دیا ہو۔ محفوظ طریقہ یہ ہے کہ فریڈ مارک ایسے سائز میں تیار کیا جائے جس میں وہ زیادہ سے زیادہ مرتبہ لوگوں کے سامنے آتا ہو۔ اس لیے مناسب موٹائی کے میٹر لائن اسٹروکس (Hairline Strokes) سے کام لیتا چاہیے اور اس کے لیے کافی مناسبت والے نگیٹو اسپیس (Negative Spaces) مہیا کرانے جاتے ہیں۔

(8) بہتر یہ ہے کہ مشٹوں، دائروں، مربعوں والی وضع قطع کے فارمولوں سے اجتناب کیا جائے۔ غیر معمولی شکل کا اثر زیادہ ہوتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی آسان ہوتا ہے۔ کچھ معاملات میں پرانے مدعا

ٹریڈ مارک کے ڈیزائن میں تبدیلی (کرتا)

(Change in the Design of a Trade Mark)

یہ کام صرف اور صرف اس وقت کیا جاتا ہے جب کبھی کامیجنت اسے مطلق طور پر ضروری سمجھے۔ جیسا کہ پہلے بتایا جا چکا ہے کہ یہ ایک برٹک معاملہ ہوتا ہے۔ یہ بات ہم تدریجی انداز میں اس طرح انجام دیتا چاہیے کہ عوام بمشکل قیام ہی اس سے واقف ہو سکیں۔ اہلک اگر بہت جلد تبدیلی کر دی جائے تو غیر یقینی حالات پیدا ہو جاتے ہیں جس سے لوگوں کا اعتماد اٹھ سکتا ہے۔ اس لیے اجادی کو دور کرنے کے لیے نئے سرے سے خدمت انجام دینے کے لیے کام کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

ریکارڈ کور (جیکٹس) (Record Covers (Jackets))

ریکارڈ جیکٹ کا خاص مقصد حفاظت ہوتا ہے کیونکہ گراموفون ریکارڈ پر ہتک جھریاں یا تاہا (Grooves) بنی ہوتی ہیں۔ اگر ریکارڈ کسی نوک دار یا تیز دھار والی شے سے ٹکرا جائے یا پھر ایک ریکارڈ کسی دوسرے ریکارڈ سے مسلسل ٹکراتا رہے تو بھی یہ تاہاں چلہ ہو سکتی ہیں۔ اس کو رکے دونوں جانب مرلح لاسٹک پر ریکارڈ کی تفصیل لکھی جاتی ہے۔ کیونکہ ریکارڈ کی دکان (Record Shop) پر مرلح توجہ (Visual Attention) سبڈل ہونے کے امکانات ہوتے ہیں — چاہے یہ ریکارڈ الماریوں میں رکھے ہوں یا کڑکیوں میں — اس لیے ڈیزائنر کا مقصد ریکارڈ کی فروخت کے لیے مرلح آہنگ یا ترسیب (Visual Persuasion) ہوتا ہے۔ نہ صرف کوڑکی خوبصورتی کے باعث ریکارڈ خرید لیا جاتا ہے بلکہ اس سے خوش گوار سوز پیدا ہونے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں اور قاری خوش خوشی گانے والوں، موسیقار اور سازندوں کے بارے میں پڑھتا چلتا ہے۔

سائز (Size): جس سائز میں ریکارڈ تیار کیے جاتے ہیں انھیں مناسبت سے ریکارڈ جیکٹوں کے بھی دو مقبول سائز ہوتے ہیں:

(i) لیے لیے ایک ریکارڈ (Long Playing Records) کے لیے
(318 mm x 311 mm (12 1/2" x 12 1/4") (LP کے لیے)

(ii) لیے لیے ایک ریکارڈ (EP کے لیے)
(184 mm x 184 mm (7 1/4" x 7 1/4")

رجسٹریشن (Registration)



ایئر ایڈیا کا مہاراجہ



ایشین پنڈت کا گانو

(1) دو مشہور تھادی کیریکٹرس

(2) خصوصی نمائشوں، بین الاقوامی موقعوں یا ساگر ہوں کے نشانوں (Emblems) کی تخلیق کے لیے ڈیزائن کے عناصر درکار ہوتے ہیں۔ بھلے یہ ہی نشانیاں قبیل مدت کے لیے ہی استعمال میں کیوں نہ آتی ہوں۔

ٹریڈ مارک کا مالک اسے کاپی رائٹ بورڈ، محکمہ تعلیم (Department of Education)، نئی دہلی، میں رجسٹر کرا سکتا ہے۔ ان کی منظوری کا مطلب ہے کہ آئندہ اس ٹریڈ مارک کو قانونی طور پر کسی دوسرے شخص کو استعمال کرنے کی اجازت نہیں دی جائے گی اور اگر کوئی شخص ایسا کرتا ہے تو اس ٹریڈ مارک کے مالک کی خواہش پر اس شخص کو قانونی طور پر سزا دی جاسکتی ہے۔ اگر R پر ایک دائرہ لکھ کر ® بنادیا جائے تو اس کا مطلب ہے کہ ٹریڈ مارک رجسٹر کرا لیا گیا ہے۔

کتنی کامیاب (How Successful)

کسی ٹریڈ مارک کی کامیابی کا دار و مدار اس بات پر ہوتا ہے کہ اسے کس قدر استعمال کیا جاتا ہے اور یہ کبھی کواہلی پروڈکٹ تیار کر کے اس ٹریڈ مارک کی شہرت کو کیسے چار چاند لگاتی ہے، معقول قیمت پالیسی کیسے (Reasonable Pricing Policy) اختیار کرتی اور اثر آفرینی خدمت (Efficient Service) وغیرہ کس طرح سہج کرتی ہے؟

کاغذ نظر آتے ہیں: کثیر رنگی، جماعت کے لیے کوئی اسٹاک (Cited Stocks) اور کافی پچے اور بچے جو پلر پریس کے ذریعہ باف نون پر جنگ بخوبی قبول کر لیتے ہیں۔

ہاتھ سے تیار شدہ کاغذ دیکھنے میں بہتر ہوتے ہیں مگر مہیا ہونے کے سبب اعلیٰ استعمال نہیں کیا جاتا۔

سرٹیفکیٹ (Certificates)

سرٹیفکیٹ ایک ایسا تحریری بیان (دستویز) ہے جسے کسی حیثیت، اہلیت، مراعات، وغیرہ کی صداقت کا ثبوت یا سند قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس قسم کے دستویز کی داخلی اہمیت ٹھکانہ (Authorative)، معتبر (Authentic) اور باوقار (Dignified) جیسی خوبیاں سے سرفراز کرتا ہے۔ اسے جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان کا حامل ہونا چاہیے۔ مزید یہ کہ زمانہ کی تباہی و بربادی سے محفوظ رکھنے کے لیے اسے بہترین ریگ کیٹیف کاغذ (Rag Content Paper) پر طبع کر لیا جاتا ہے۔

تھم لور و قاری پیداکرنے والے ڈیزائن کے لیے ٹائپو گرافی اور پینڈ لیٹرنگ (Hand Lettering)، رنگوں کے استعمال میں پابندیوں، اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان (Emblem) سے کام لیا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں ہارڈر بنانے سے خوبصورتی میں اضافہ ہوتا ہے تاہم چاروں طرف مناسب چوڑائی والا سفید حاشیہ ضرور چھوڑ دینا چاہیے کیونکہ حاصل کرنے والے لوگ اکثر اسے فریم کرنے کے بعد اپنے آئین یا گھر میں ٹانگ لیتے ہیں، ماسٹر ہیڈ کے علاوہ وصول کنندہ کے نام کے لیے کافی جگہ چھوڑنی چاہیے اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کے دستخط اور مہر دونوں نمایاں طور پر نظر آنے چاہئیں۔ سائز اپنی پسند سے مقرر کیا جاسکتا ہے۔

ڈیزائن (تصویری) (ڈیزائن کے عناصر) (Composition Elements of Design): ریکارڈنگ یا تو کلاسیک میزک پر مبنی ہوتی ہے یا پھر اس میں 1/2 صف کے گانے، ساز یا کچھ بچے میزک موجود ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی اس میں کوئی اہم تقریر یا ڈرامہ بھی ریکارڈ ہوتا ہے۔ سامنے کی طرف عام طور پر موضوع کا عنوان (Title of the Theme) یا پیش کرنے والے کا نام لکھا ہوا ہوتا ہے۔ میزک کے موضوع پیش کرنے والے شخص کی ڈرامائی تصویر مختلف رنگوں سے دکھائی جاتی ہے جس سے اس کے مختلف حراہوں (Moods) کی عکاسی ہوتی ہے۔ کبھی کارٹون یا کمریکل کونے میں بنا ہوتا ہے۔ الٹی جانب (Backside) پچھلے پر میزک کے موضوع (Subject) کا تعارف موجود ہوتا ہے، اس کے علاوہ مصنف یا شاعر کا نام، گانوں کے محتویات، سماج دہنے والوں کے نام اور ریکارڈ کبھی کارٹون یا کمریکل کونے میں ہوتا ہے۔

ڈیزائن: ریکارڈنگ کی ڈیزائن کاری کا حقیقی پہلو اس بات پر زور دیتا ہے کہ اس پر طبع ہونے والی تصاویر میزک کے ماحول کے مناسب ہوں یعنی جذب نظر، ڈرامائی، سنسنے اور ریکارڈ حاصل کرنے کی خواہش پیدا کرنے والی ہوں۔ یہ بات ان فضیل نگاروں کے لیے ایک چیلنج ہے جو مختلف وسیلوں، ٹیکنیکوں اور اسٹائلوں کو بروئے کار لا کر اس قسم کے ریکارڈنگ کیفیت بناتے ہیں۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اپنی بات پر اثر بنانے کے لیے میپیا کے جانے والے فوٹو گرافس اور کراپنگ (Cropping) کو استعمال کرنے کے علاوہ کوئی چارہ نظر نہیں آتا، محتویات کی حرف سازی (Lettering) سے ساوگی، اسٹائل اور سادگی میں کافی امکانات روشن ہوتے ہیں، ڈیزائن کی اثر اندازی کا زیادہ تر انحصار کاغذ کی کوئی نہ ہوتا ہے۔ مارکیٹ میں مقابلہ آرائی کی وجہ سے زیادہ تر دو طرح کے

کتاب کا ڈیزائن (Book Design)

صفائی اعتبار سے ذیل میں اس طرح بیان کیا جاسکتا ہے:

(i) **ہال ٹائٹل (Half Title):** صرف کتاب کے ٹائٹل کے لیے 12 پائنت یا 14 پائنت کی ٹائپ۔ صفحہ 1 ہمیشہ راست (Recto) ہوتا ہے۔

(ii) **فرنٹس پیس (Frontispiece):** کسی آرٹ بک میں اینڈنگ آرٹ پلیٹ (Leading Art Plate) کو اس صفحہ پر چھلپا جاتا ہے (Tipp) کر لیا جاتا ہے تاکہ یہ سامنے کے ٹائٹل کے صفحہ کے لیے سہولیت آرائش بن جائے۔

(iii) **ٹائٹل کا صفحہ (Title Page):** اس صفحہ پر مصنف کا نام، پبلشر کا نام اور نشان (Emblem)، کبھی کبھی تصاویر یا نقیلات اور آرٹسٹ کا نام بھی لکھا جاتا ہے۔

(iv) **ایمپرنٹ پیج (Imprint Page):** طابع اور ناشر (Printer and Publisher) کا تعارف (قانون کے مطابق ضروری)، طباعت کا سال، کاپی رائٹ کا اعلان (Declaration of Copyright)، ایڈیشن یا دوبارہ اشاعت کرنے پر کاپیوں کی تعداد سال وغیرہ درج ہوتا ہے۔

(v) **صفحہ انساب (Page for Dedication):** مصنف کو اپنے احساسات کی عکاسی کا حق حاصل ہے اور وہ اس صفحہ پر انساب تحریر کر سکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ ہر کتاب میں یہ صفحہ موجود ہو۔

(vi) **گورڈر صفحہ (Blank Page):** کتاب کا بائیں طرف والا صفحہ ہونے کے سبب یہ گورڈر ہوتا ہے۔ اردو کی کتاب میں اس کے برعکس۔

(vii) **پیش لفظ یا پبلشر کا نوٹ (Preface or Publisher's Note):** مصنف کے علاوہ کسی اور شخص کے ذریعہ مصنف اور موضوع کا تعارف۔

(viii) **تعارف یا پوچھ (Intorduction or Foreword):** اس صفحہ پر مصنف یا ایڈیٹر کتاب کے موضوع کا تعارف کرتا ہے۔

(ix) **اظہار تشکر (Acknowledgement):** اس صفحہ پر مصنف (پبلشر) کی

مصنف کی اپنے قارئین سے مشکور کر کتاب سے موسوم کیا جاتا ہے۔ ابتدائی کاپی (چاہے ہاتھ سے لکھی ہوئی ہو یا ٹائپ شدہ) کو مسودہ (Manuscript) کہتے ہیں۔ اس میں تصاویر وغیرہ بھی ہو سکتی ہیں۔ ذرائع ابلاغ (Mass Communication) کے لیے مسودہ کی مطلوبہ کاپیاں بنائی جاتی ہیں اور پھر ان پر مضبوط کور (Cover) چڑھا دیا جاتا ہے تاکہ استعمال کرتے وقت پھٹنے پھینچنے یا کسی اور طرح سے محفوظ رہیں۔

کتاب کا ڈیزائن ایسا ہو کہ اسے دیکھ کر اس میں موجود لوہی مواد کی اہمیت اجاگر ہو جائے اور روایتی سے پڑھنے میں تعامل آسانی (Functional Ease) ہو۔ یہ بات اس وقت اور بھی ضروری ہو جاتی ہے جب تجارتی مقابلہ آرائی (Commercial Competition) کے علاوہ ثقافت ذرائع ابلاغ سے بھی آری پر چاروں طرف سے ترسیلات (خیالات) کی بھاری ہوری ہو۔ ڈیزائنر کو مصنف کے معیار کے مطابق کام انجام دینا چاہیے اور پھر اس کے صفحات کو سرئی احساس (Visual Feeling) سے مزین اور دلچسپ کرنے کا اور بہترین جلد کتاب بنانے کی کوشش کرنی چاہیے۔ خالی جگہ کے مناسب استعمال، ٹائپنگ کرنی اور تصاویر نیز کاغذ کے انتخاب پر دیکھ کر دیکھ کر اور جلد بندی کے سامان میں بہترین ہم آہنگی پیدا کرنے سے ڈیزائنر کی صلاحیت کی عکاسی ہوتی ہے۔ قاری کی شاعرانہ ہادیکیں کو سمجھ کر مصنف اور اس کی تصنیف سے لطف اندوز ہونے والوں کے مابین ہم آہنگی پیدا کرنے کی کوشش بھی کرنی چاہیے۔

کتاب کے (کثف) حصے (Parts of a Book)

کتاب کے ڈیزائن کو مندرجہ ذیل ایسے حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے جن میں رہا اور ہم آہنگی موجود ہو:

اصل کتاب کو تین حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) ابتدائی صفحات کتاب کے شروع کے صفحات ہوتے ہیں۔ یہ اصل موضوع کے پیش روئی حیثیت رکھتے ہیں۔ ان کے اہمیات (Contents) کو

ہے اور باب اول کے سامنے کی پلٹ ہو تا ہے۔ باب اول و اسٹی جانب سے شروع ہو تا ہے۔ یہ انگریزی یا دوسری یورپی زبانوں کی کتابوں کے لیے مخصوص ہے۔ اردو یا دوسری زبانوں جو اسٹی طرف سے لکھی جاتی ہیں ان کتابوں میں باب اول بائیں جانب سے شروع ہو تا ہے۔

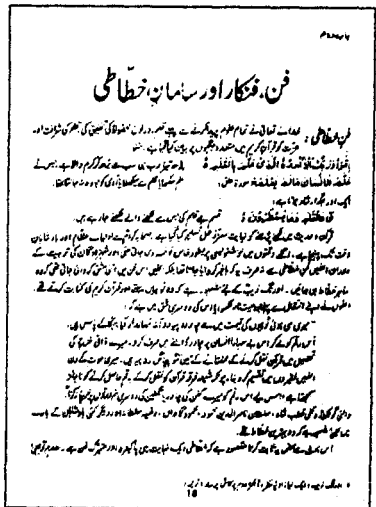
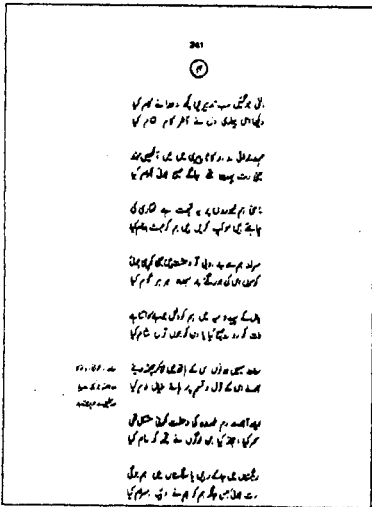
(نوٹ): یہ ضروری نہیں کہ تمام کتابوں میں مذکورہ بالا ابتدائی صفحات موجود ہی ہوں۔ چند کتابوں میں دو صفحات پر بسطہ یا تحلیل جیج بھی کافی کا سیلاب ثابت ہوا ہے۔ فر فرس جس کو بھی اس جگہ منتقل کر دیا جاتا ہے جہاں سے زیادہ اثر آفریں نظر آتا ہے اور اس سے ابتدائی صفحات کی ترتیب زیادہ با مقصد ہو جاتی ہے۔ ستارہ بردار نشانات عام طور پر مستطیبات راست (Rectos) پر ظاہر کیے جاتے ہیں۔

جانب سے ان لوگوں کا شکر یہ ادا کیا جاتا ہے جن لوگوں نے کتاب لکھنے میں مدد کی ہے۔ اس صفحہ پر عام طور سے ”میں ان تمام حضرات کا بے حد ممنون ہوں۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔“ قسم کے الفاظ سے ابتدا کی جاتی ہے۔

(x) فہرست مضامین اور فہرست قضیہات (تساوی): بڑی کتابوں میں اس کام کے لیے ایک سے زائد صفحات بھی کام میں آسکتے ہیں۔

(xi) گورا (Blank): کتاب کا بائیں جانب والا صفحہ (Verso) ہونے کے سبب۔ اردو کی کتاب میں اس کے برعکس۔

(xii) باب اول کی ابتدا (Beginning of Chapter 1): کبھی کبھی یہ
 فلائی لیف (Fly Leaf) بھی ہو سکتا ہے جس کے نصف حصہ پر تاحیل ہوتا



پچھلے طے پائیں جانب نظم کی کتاب کے ایک صفحہ کی مثالی
لے آؤٹ کے عناصر اور ادنیٰ جانب درسی کتاب کے صفحہ کی لے آؤٹ
کے عناصر ملاحظہ کیجیے۔ طلباء طلبات کو مختلف مندرجہ ذیل موضوعات کی
کتابیں ہو سکتی ہے:
— ریاضی کی کتابیں — شوق سے متعلق کتابیں — باورچی
خانہ سے متعلق کتابیں، — آرٹ — کیلے لائٹس — بچوں کی کتابیں
— قانون کی کتابیں وغیرہ۔
— کتاب کے آخر میں ایک سیکشن (Section) پاس سے زیادہ۔

— سیکشنوں کے درمیان سیکشنوں کے لیے جگہ نکالنا۔

لیز پر پریس میں دونوں طریقے کفایتی رہتے ہیں جبکہ صرف
ہاتف نون کے لیے ہنگ آؤٹ بھیہ استعمال کیا جائے۔
— سیاق و سباق کی عبارت (Reading Context) سے قریب ترین۔
— الگ سے چھپا کر، تراش غراش کرنے کے بعد ان صفحات کے انیک
سرے پر چپاں کرنا جہاں ان کے لیے غیر مطلوبہ جگہ چھوڑ رکھی ہو۔
— عموماً رنگین ٹیمپلیٹ چپاں کی جاتی ہیں۔

اختصاصی مواد کے لیے مذکورہ بالا لے آؤٹ گرو اور ابوابی اندازیات
(Chapter Openings) کی تفصیلات (Specifications) حالانکہ مثالی
قراردی جاسکتی ہیں مگر یہ ضروری نہیں کہ ان پر عمل کیا ہی جائے۔ کالموں کی
تعداد کا انحصار عنوان پر ہوتا ہے۔ فہرست کے لیے 3 4 5 کالم ایک عام سی
بات ہے۔ اختصاصی مواد کے صفحات (End Matter Pages) کے لیے چھپر
کننگ (Chapter Sinkage) کم بھی ہو سکتا ہے مگر کتاب کے اس حصہ کے
لے یہ یکساں ہونا چاہیے۔ اس سیکشن کی ٹائپ کا سائز درسی صفحات (Text
(Pages) کی ٹائپ کے سائز سے کچھ کم تو ہو سکتا ہے مگر یہ ایک سی فیٹی سے
تعلق رکھنے والی ہوں۔

ابتدائی صفحات کی لے آؤٹ اسکیم (Layout Scheme) زیادہ
بے غری اور آزاد سی مانی جاسکتی ہے مگر ایک ایجاڈریشن اس بات کا
متقاضی ہوتا ہے کہ دیگر صفحات پر موجود جگہوں سے اس کا رد ہوا کہ اس کا
قائم رہے۔

جلد یا ہائیڈنگ کسی کی ڈیزائن کی قدر و قیمت میں اس وقت اضافہ
ہوتا ہے جب اس میں استعمال ہونے والے کپڑے یا کاغذ کا رنگ اور ہافت

پچھلے طے پائیں جانب نظم کی کتاب کے ایک صفحہ کی مثالی
لے آؤٹ کے عناصر اور ادنیٰ جانب درسی کتاب کے صفحہ کی لے آؤٹ
کے عناصر ملاحظہ کیجیے۔ طلباء طلبات کو مختلف مندرجہ ذیل موضوعات کی
کتابیں ہو سکتی ہے:
— ریاضی کی کتابیں — شوق سے متعلق کتابیں — باورچی
خانہ سے متعلق کتابیں، — آرٹ — کیلے لائٹس — بچوں کی کتابیں
— قانون کی کتابیں وغیرہ۔

(2) درسی مواد (Text Matter) کو مختلف ابواب میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ان
ابواب سے مصنف کی بیان کردہ کہانی یا واقعہ کے توازی کی عکاسی ہوتی ہے یا پھر
کسی کتاب کے موضوع کو تفصیل دینے والے مختلف عنوانات (Topics) کے
تسلل کا اظہار ہوتا ہے۔

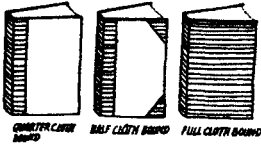
(3) اختتامی مواد (End Matter) ان باتوں پر مشتمل ہوتا ہے:

- (i) ملحقات (Appendices): یہ کتاب سے متعلق اضافی مواد ہوتا ہے۔
- (ii) فرہنگ (Glossary): کتاب میں شامل، ٹھنکی یا غیر ملکی الفاظ کی
فہرست۔ یہ حاشیے اور تشریحات کی شکل میں بھی ہو سکتے ہیں۔
- (iii) کتابیات (Bibliography): ان کتابوں کی فہرست جن کا مطالعہ
مصنف نے کیا ہے یا پھر مزید معلومات حاصل کرنے کے لیے قارئین کو
مطالعہ کرنے کا مشورہ دیا ہے۔
- (iv) فہرست (Index): عنوانات یا ٹھنکی اصطلاحات کی فہرست بمع صفحہ
نمبر (یعنی جن صفحات پر وہ دیکھے اور دیکھی جاسکتی ہے)۔

ڈیزائن (Design)

درسی مواد کے لیے صفحات کے سائز، کاغذ، پرنٹنگ پرائیس،
لے آؤٹ گرو اور ٹائپ گرائی کا فیصلہ کرنے کے لیے کتاب کے مابینات
(Contents) یعنی تفصیلات، چارٹ، کہانی، حاشیائی نوٹ، زبانوں کی تعداد
(Number of Languages) کو مدھیان میں رکھنا پڑتا ہے اور اس شیبہ کو
بھی ذہن نشین رکھنا ہوتا ہے جو کتاب کے ذریعہ قارئین پر مرتب کرنی ہوتی

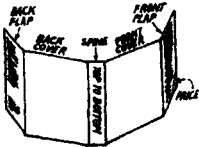
(Texture) عمدہ ہو۔ اس کے علاوہ اس کی طباعت (Printing) Impression اور آرٹ اور سٹائل آؤٹ بھی عمدہ ہو۔



پوری طرح پڑنے سے عزمی ہوئی (Full Cloth Bound) جلد کے سامنے کے صفحہ پر صرف کتاب کا پتلا ہی موجود ہوتا ہے۔ کچھ پبلشر اس پر نشان (Emblem) بھی ظاہر کرنا چاہتے ہیں، چند ایک مصنف کا نام بھی لکھنا پسند کرتے ہیں، اکثر صرف ایک سجاوٹی جھار (Decoration) (Motif) اس کتاب کے موضوع سے متعلق بھی ہو سکتی ہے طبع کر دی جاتی ہے۔ کچھ بھی ہو بہر حال لیڈنگ اور ڈرائنگ صرف لائن آرٹ کے حامل ہوتی ہے کہ کچھ پڑنے کی سلیج پر استعمال کی جانے والے پر تنگ پر دسیر صرف سلیک اسکرین، فوٹو اسٹیمپنگ یا پلاسٹک ایسوسنگ ہو سکتی ہے اور آئر ہائڈنگ کلا تھ پکٹاور غلاف (Case) پکٹاور تو لیڈر پر لیں پر تنگ بھی کی جاسکتی ہے۔



ہال کلا تھ ہائڈنگ (Half Cloth Binding) صرف لجر (Ledgers) اور اسکیل نوٹ بکوں تک محدود ہوتی ہے کہ یہ دونوں چیزیں بہت زیادہ استعمال میں رہتی ہیں۔ کلا تھ پر عموماً مجموعی سجاوٹی ڈیزائن ہوتا ہے۔ کوارٹر کلا تھ ہائڈنگ (Quarter Cloth Binding) کتابوں کے کلا تھ کی حصہ پر لائن آرٹ یا ہال فون آرٹ سے تعلق رکھنے والی ڈیزائن کاری کی جاتی ہے۔ ان کتابوں پر عموماً گرد پوش (Dust Jacket) موجود نہیں ہوتا۔ اس لیے خوردہ فروش کی فلیٹ پر ایک نشان پہچان ہونے کے باوجود بھی کور پیج (Cover Page) کا ڈیزائن ایک معاون فروخت کنندہ کا کام انجام دیتا ہے۔ سرورق (Front Page) پر عموماً پتلا، مصنف کا نام اور ناشر کے سلیگٹر (نام اور نشان) ہوتے ہیں۔ آرٹ ورک اور کندہ کاری (Engraving) کے پیچھے بچانے کے لیے پشت کے کور پر یا سرورق کے ڈیزائن کو دہرایا جاتا ہے یا لوگوں کے پاس اشاعت شدہ کتابیں بھیج کر ان کی رائے لی جاتی ہے۔ اسے یہاں طبع کر لیا جاسکتا ہے یا پھر مصنف کا تعارف یا پبلشر کے اشتہارات چھاپے جاسکتے ہیں۔



کتاب کی اسپائن پر کتاب کا عنوان اور مصنف کا نام لکھا ہوتا ہے۔ عام طور پر پبلشر کے سلیگٹر بھی اسی پر لکھے جاتے ہیں۔ فلیٹ پر رکھی ہوئی کتاب کے اسپائن کو میچے سے اوپر کی جانب پڑھنا آسان ہوتا ہے حالانکہ اوپر

سے نیچے کی جانب زیادہ سائیکلک ہے۔ اسپائن کے پڑنے کی سلیج پر طباعت کرنے کے لیے سلیک اسکرین پر تنگ یا فوٹو اسٹیمپنگ کا کام لیا جاتا ہے۔

لیمپ باؤنڈ کتب (Limp Bound Books)

کتبوں کے ضمن میں جان کیا جا چکا ہے۔ استعمال کی جانے والی تصاویر یا تمثیلات عموماً موضوعی (Subjective) ہوتی ہیں۔ نقش نگاری (Rendering) مطابق ہونا حقیقی ماس کا انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ جب ستر کی ہیئت پر کتاب کتنے نمایاں طور پر نظر آئے اور تصویر سے کتنی جلد کتاب کا موضوع سمجھ میں آجائے۔ کچھ سرورق کے ڈیزائن مصنف کی مقبولیت کو چار چاند لگا دیتے ہیں۔

فلپس (Flaps) اضافی پر خشک جگہ مہیا کرتے ہیں جس کا استعمال مصنف کتاب کے موضوع سے متعارف کرانے کے لیے کرتا ہے۔ اس کے ایک حصہ کو ٹائٹلر اپنے اشتہار کے لیے بھی استعمال کر سکتا ہے۔ اس کے ایک کونے پر قیمت لکھی جاتی ہے تاکہ جب اس کی ضرورت نہ ہو (پرانی کتاب یا قلم کے طور پر پیش کرتے وقت) تو اسے قطع کر دیا جائے۔

پروڈکشن (Production)

پروڈکشن کے مد نظر کم از کم 8، 12، 16 or 32 صفحات کی کتابیں بنائی جاتی ہیں۔ اس بات کا ارادہ رکھنے والوں پر ہوتا ہے کہ جس کاغذ پر طاعت ہونی ہے وہ موات ہے یا پتلا، کتاب کا سائز چھوٹا ہے یا بڑا، پیچہ اسٹاک کا سائز کتنا ہے، پر خشک مشین کا کیا سائز ہے اور سب سے بڑھ کر یہ کہ مطبوعہ کا بجٹ کی تعداد کتنی ہے؟

(1) سیکشن ایک سنگھڑ بھی ہو سکتا ہے اور ایک سے زیادہ سنگھڑوں پر بھی مشتمل ہو سکتا ہے۔ کتاب میں دلچسپی کے لحاظ سے تھکیل کرنے کے لیے مختلف خوبئیں (Qualities) والے کاغذ استعمال کیے جاسکتے ہیں۔ یہ بات غلط رہے کہ موٹے سیکشن میں سب سے اندرونی صفحات چوڑائی میں نہٹا پتے ہو جاتے ہیں۔

(2) کتاب کو ہر کاغذہ طور پر مرتب کرنے کے لیے سیکشنوں کو ہر کاغذ یا مشین سے اسٹیشن پر سے سی دیا جاتا ہے (مشین کی اسپید 40 سیکشن فی منٹ ہوتی ہے)۔

جلد بندی کے دیگر طریقوں کے لیے ملاحظہ کیجیے ”مرٹ پیس“۔

اس میں سرورق کے طور پر کام میں آنے والا کارڈ نہ صرف سخت ہوتا ہے بلکہ اس کی پر خشک کی سطح بھی ثابت ہوتی ہے اور کم از کم اس کی ایک طرف کثیر رنگی ہاف ٹون پر خشک کی جاسکتی ہے۔ اس طرح موٹی کتاب پر تصویر کی ڈیزائن اسٹیشن پر سے ہوتا ہوا پست کے سطح تک پھیلا ہوا ہو سکتا ہے جیسا کہ ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) کتابوں کے گرد پوش (Dust Cover) پر آنکھ نظر آتا ہے۔

— اضافی کاغذ (End Papers): یہ دو کاغذ ہوتے ہیں کہ اگر کتاب کا کور کسی بھی جانب سے کھولا جائے تو سب سے پہلے انھیں سے واسطہ پڑتا ہے اور یہی سب سے پہلے کھلے ہوئے دکھائی دیتے ہیں۔ اسی لیے ان کاغذوں کے مناسب رنگوں اور ان کی ہاف کے سہارے قاری کا موزا بنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کتاب کے مرکزی خیال سے متعارف کرانے کے لیے علامتی سوف (Symbolic Motif)، واحد ڈرائنگ (Single Drawing) یا سرورق کا نمونہ دہرا کر چھاپ دیا جاتا ہے۔

— گرد پوش (جک جیکٹ): عام طور پر اسے کوئینز پیپر سے تیار کیا جاتا ہے تاکہ کثیر رنگی ہاف ٹون چھپائی کے لیے اس کے سفیدی اور جلاب نظر چمک سے استفادہ کیا جائے۔ مزید چمک پیدا کرنے کے لیے اس پر وارنش بھی کر لی جاسکتی ہے۔ اگر میٹ نتائج (Mat Results) درکار ہوں تو آفینٹ پیپر کا استعمال کیا جاسکتا ہے مگر یہ زیادہ مقبول (کاغذ) نہیں ہے کیونکہ وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ یہ زرد پڑ جاتا ہے اور اس کی ظاہری شکل و صورت دھندلا جاتی ہے۔ اس طرح وہ مقصدی فوت ہو جاتا ہے جس کے تحت گرد پوش (جک جیکٹ) بنایا جاتا ہے۔

آرٹ ورک اس وقت ہاتھ میں لیا جاتا ہے جب ڈیزائن ایک تیار کر لی جاتی ہے۔ اس کے لیے منتخب کاغذ کے صفحات کی تعداد بھی مقرر کر لی جاتی ہے اور ہائیڈرنگ کس (تمثیلات کے مطابق) چھاپا کر دیا جاتا ہے۔ سرورق، اسٹیشن اور پست کے صفحے کے تینوں سطحوں کی چوڑائی معلوم کر کے ٹکٹن لگایا جاتا ہے اور پھر ڈیزائن گرد پوش بھی کتاب کو پہنا دیا جاتا ہے۔

کور، اسٹیشن اور پست کے کور کے اجراء دیے جاتے ہیں جو لیمپ باؤنڈ

— ایکسکلوژو سائز (Exclusive Size)، لیئرنگ سائز (Appearing

اشتہار بازی (Advertising) کی تاریخ

(Signs) پام پے ای میں ایک قصاب کی دکان سے برآمد ہوئے۔



قدیم روم سے کھیل کود منفقہ کرنے، شراب خانوں اور دیگر تفریحی مقامات سے لوگوں کو مطلع کرنے کے سب سے پہلے ثبوت ملتے ہیں۔ شہروں اور قصبوں میں جاذب توجہ مقامات کی دیواروں پر اس قسم کے اطلاعات چھپ کر دیے جاتے تھے۔ ہم ان اطلاعات اور علامات کو اپنے دور کے جدید پوسٹروں کا اجداد تسلیم کر سکتے ہیں۔ ان پوسٹروں کے کچھ باقیات "پام پے ای" کے قدیم شہر سے دریافت کیے گئے ہیں۔

قدیم دور طاعت (Early Printing Period)

1440 میں جرمنی میں جاکن گمنن برگ (Johann)

Gutenberg) کی متحرک ٹائپ سے طاعت کی ایجاد دراصل تہذیب میں

طاعت سے پہلے کامیاب

اشتہارات شائع کرنے کے لئے ان کی تاریخ اگرچہ ٹوٹی پھوٹی ہے مگر ہے دلچسپ۔ لکھے کا فن ایجاد ہونے سے بہت پہلے بول کر کیے جانے والے اطلاعات یا پختہ کے ذریعہ منادی کروانے کے طریقہ کو اشتہار بازی کی پہلی شکل قرار دیا جاسکتا ہے۔ قدیم عبرانی، یونانی اور رومن تہذیبوں میں کسی چیز کو مشہور کرنے کے لئے اس کے بارے میں بول کر اس کی توصیف و تعریف کرنے کا طریقہ عام تھا۔ منادی (منادی کرنے والا) فردخت کی جانے والی اشیاء کی تعریف کرنا یا پھر دلچسپ خبریں لوگوں تک پہنچانا تھا۔ بازاروں میں خوردہ فروش اور چلنے پھرنے والے دکاندار چلا کر گاہکوں کی توجہ اپنی چیزوں کی جانب مبذول کرتے رہتے تھے۔ دکاندار بہت سے حصوں اور ہندوستان میں یہ طریقہ آج بھی مروج ہے۔ پرانے زمانہ میں جب خرید و فروخت ایک مشترکہ بازار میں ہی ہو کرتی تھی تو لوگ جتنا ممکن ہو تانتی دور سے چلا چلا کر اپنی چیزوں کی اطلاع لوگوں کو دینے کی کوشش کرتے تھے۔ کچی کوچوں اور شہر در شہر محوم محوم کر منادی کرنے اور چیزوں کو مشہور کرنے والے لوگ بھی عام طور پر دستیاب ہو جاتے تھے جو فروخت کنندگان (Sellers) کے پینلمات لوگوں تک پہنچا دیتا کرتے تھے۔ انھیں ان کے کام کی اجرت مل جاتی تھی۔ اس طرح اشتہارات دینے اور لوگوں کو مطلع کرنے کی اس ابتدائی اور بھونڈی کوششوں کے باوجود اس کی معنویت میں اس وقت اور اضافہ ہو جاتا تھا جب اس سلسلہ میں صاف اور خوش خط علامات کا استعمال کر کے دکان کو شہرت دی جاتی تھی۔ ان علامات سے ناخواندہ گاہکوں تک کو یہ پتہ چل جاتا تھا کہ دکان میں کون سی چیزیں موجود ہیں یا کھانا کچھ پر کون سی خدمت حاصل کی جاسکتی ہے۔

پام پے ای (Pompeii) کے قدیم شہر سے ڈیری (Dairy)، بکری (Bakery) اور شراب کے سوداگر اور ہر کو لیم (Herculaneum) سے جوت ساز (Shoemaker) کے نشانات برآمد ہوئے ہیں۔

دنیا کے سب سے قدیم آؤٹ ڈور نشانات (Outdoor)



1608 میں منو کے ذریعہ لگی کوچوں میں تلاش کنندہ قسم کی سداہاں کرنی جاتی تھیں جو اشتہارات کی ایک شکل قرار دی جا سکتی ہے۔



قدیم انگلستان کے ہفت ساری تھلی

ستر سوویں صدی کے اوائل سے باقاعدہ رسالوں میں اشتہارات چھپنے لگے۔ انگلینڈ میں 1692 میں پہلا ہفتہ وار اخبار شائع ہوا شروع ہوا مگر آج کے سے اخبارات کی شکل کے اخبار کو شائع ہونے میں تقریباً 50 برس کا عرصہ اور لگا۔ پہلے جو تصویریں اشتہارات صرف سائیکلو گرافوں تک ہی محدود تھے، اب چھوٹی شکلوں میں اخبارات میں بھی شائع ہونے لگے تھے۔ اشتہارات دینے کا اعلان ایک عموماً دورے سے گزرا اور سیدھے سادے اعلان سے گزر کر دلائل اور مشورے دینے کے نظام میں داخل ہو گیا۔ اس نظام کو جدید اشتہار بازی کا جدید امر قرار دیا جا سکتا ہے اور اس ارتقاء کے لیے اشتہارات ایک ذریعہ (Medium) ثابت ہوئے۔

وسعت اختیار کرنے کا دور (Period of Expansion)

صنعتی انقلاب آجانے اور فیکٹریوں میں پیداوار بڑھ جانے کے نتیجہ میں انیسویں صدی کو اشتہار بازی کے وسعت اختیار کر لینے کا دور قرار دیا جا سکتا ہے۔ کاروبار میں بے حد اضافہ ہوا اور اشتہار بازی نے فیکٹریوں میں تیار ہونے والے کثیر مقدار والے مال کو بازاروں میں فروخت کرنے میں بہت مدد دی۔ چینی پریس (Penny Press) (یعنی جہاں ایک اشاعتی کاپی کی لاگت ایک چینی آتی تھی) نے اور میگزینوں نے بہت زیادہ مقبولیت اختیار کر لی۔ اس

ایک درست جست جوی۔ طباعت کو اطلاع، تعلیم اور اشتہارات کی مضبوط بنیاد قرار دیا جا سکتا ہے۔ طباعت شدہ پہلا انگریزی اشتہار جو دستی بل (Handbill) یا پوسٹر (Poster) کی شکل میں تھا، ولیم ٹیکسٹن (William Caxton) نے 1477 میں شائع کیا تھا۔ اس کے بعد طباعت پھلتی پھرتی ہو چکی تھی۔ اب کتابیں اور اخبارات چند لوگوں کی پہنچ کی چیزیں نہیں رہ گئے تھے بلکہ اب وہ عوام کے ہاتھوں میں بھی پہنچنے لگے تھے۔ پرنٹنگ کی ایجاد کے بعد باقاعدہ اشاعت شروع ہو گئی اور ان کے کالوں میں کاروباری اور تاجر لوگوں کے تدارمال کے اشتہارات بھی شائع ہونے لگے۔

لیکن پرنٹنگ نے ایک دم سے ہی خطاطی (Calligraphy) کو مات دی۔ تہذیبی اور فنی نقطہ اور مستحکم انداز سے واقع ہوئیں۔ اپنے پیداواری مقام جرمنی سے تمام دنیا میں اس ایجاد کو پہنچنے میں برسوں لگ گئے۔ قدیم نوٹسوں (Notices)، اشتہارات اور بلوں میں اور بعد میں پمفلٹوں اور "اخباری کتابوں" میں خبریں ہی خبریں ہو آتی تھیں۔ سولہویں صدی کے آخری دور ستر سوویں صدی کے ابتدائی حصہ میں ہالینڈ اور جرمنی میں جو کچھ بھی شائع ہوا وہ مختلف قسم کے اشتہارات پر ہی مشتمل تھا۔ ان میں سے پمفلٹوں، کتابوں اور رسالوں کی بات ہوتی تھی۔

دوائیوں کے ہوتے تھے جن میں دواؤں سے حلق بڑے لمبے چوڑے اور عریض کیے جاتے تھے۔ ابتدائی میگزینوں میں اشتہارات کا ایک بڑا حصہ نئی کتابوں کی اشاعت کا اعلان پر ہی مبنی ہوا کرتا تھا مگر 1870 تک میگزینوں میں اشتہار بازی بڑی مستحکم ہو گئی تھی۔

طرح انھوں نے نہ صرف یہ کہ تاریکین کی تعداد میں اضافہ کر دیا بلکہ تعلیم کی سطح بھی اونچی کر دی۔ ریلیوں کا پہلا ہوا چل اس سلسلہ میں ایک اور سنگ میل ثابت ہوا کیونکہ اس کی بدولت ہی میگزینوں کی تقسیم قومی سطح پر یقینی ملک گیر بنانے پر ہونے لگی۔ ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں 1840 کے بعد اشتہار بازی درست اختیار کرتی چلی گئی۔ زیادہ تر اشتہارات رجسٹرڈ (Patent) قسم کی



(2) ٹولوز لاریک (Toulouse Lautrec) کا تیار کردہ پوسٹر 1893



(1) جیٹ کا تیار کردہ پوسٹر 1893

مزید کتب پڑھنے کے لئے آج ہی وزٹ کریں . www.iqbalkalmati.blogspot.com

